



REDE
TEMPO
BRASIL



Boletim do Tempo Presente - ISSN 1981-3384

É possível fazer turismo cultural depois da Covid-19?

Almir Félix Batista de Oliveira^I

Resumo: Nosso objetivo é discutir a condição da prática do Turismo Cultural na e pós-pandemia da Covid-19, as medidas adotadas para seu retorno e manutenção e compreender a importância para o desenvolvimento cultural, social e econômico de forma sustentável. Elaborado a partir dos dados sobre os impactos nos lugares de visitação e as reflexões realizadas em diálogo com a bibliografia especializada, aponta-se para a necessidade de adoção de medidas sanitárias de prevenção no sentido de promover a reabertura de forma reestruturada pela nova realidade que se impôs.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Patrimônio Cultural; Pandemia Covid-19.

Is it possible to do cultural tourism after Covid-19?

Abstract: Our objective is to discuss the condition of the practice of Cultural Tourism in and after the Covid-19 pandemic, the measures adopted for its return and maintenance and to understand the importance for sustainable cultural, social and economic development. Prepared from data on the impacts on places of visitation and reflections carried out in dialogue with the specialized bibliography, it points to the need to adopt preventive sanitary measures in order to promote the reopening in a restructured way by the new reality that has been imposed.

Keywords: Cultural Tourism; Cultural heritage; Covid-19 pandemic.

Introdução

Gostaríamos de começar este texto explicando a conformação do seu título. Peço licença a todos que conhecem o questionamento ou já leram algo a respeito para parafrasear o conhecidíssimo “É possível fazer poesia depois de Auschwitz?” – pergunta feita em 1949, pelo filósofo da primeira geração da Escola de Frankfurt Theodoro Adorno, após a revelação e o conhecimento público e explícito do chamado Holocausto judeu proporcionado pelos nazistas nos campos de concentração/extermínio/trabalhos forçados. Evidentemente que a princípio, em termos numéricos relacionados às mortes, não nos seria possível essa comparação, porém, em termos de impacto sobre o funcionamento do Turismo como atividade econômica, social, cultural e política, podemos afirmar que sim, e como Adorno, perguntamos: é possível fazer Turismo Cultural depois da Covid-19?

Evidentemente que todo o aparente pessimismo de Adorno se desfaz em suas obras posteriores, inclusive com afirmação de que toda forma de educação deve consistir em fazer com

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

que Auschwitz jamais se repita de forma alguma. Podemos ir até mais longe e fazer a leitura a partir do próprio Adorno e afirmar que, sem a poesia (e aí amplamente todas as formas de arte), não seria possível superar Auschwitz; não seria possível mantermos a nossa sanidade. O aparente “ato bárbaro” de fazer poesia (arte) é o que pode nos manter vivos.

A pandemia do novo coronavírus (Covid-19) teve seu início registrado no mês de dezembro do ano de 2019 na cidade de Wuhan, capital da província de Hubei, na China, espalhando-se, posteriormente, para o resto do mundo nos meses subsequentes de 2020. Classificada pela Organização Mundial de Saúde (OMS), inicialmente como epidemia, na data de 11 de março do ano de 2020, teve essa classificação alterada para a de pandemia, pela gravidade e rapidez com que o vírus se espalhou pelo mundo. A OMS solicitava aos diversos países que procurassem tomar medidas mais cautelosas para evitar a contaminação. Para além dos cuidados sanitários, como uso de máscara, uso de álcool em gel (na concentração 70%) ou lavar sempre as mãos com água e sabão, evitar tocar olhos, boca e nariz com as mãos sujas, manter uma distância segura de pessoas que estivessem tossindo ou espirrando, se possível adotar o isolamento social, também se passou a cogitar o fechamento (*lockdown*) de diversos locais públicos (lugares que iam desde as atividades comerciais, como bares, restaurantes e hotéis, até locais de visitação, como museus e lugares considerados turísticos) para evitar aglomerações e a facilidade na disseminação da doença.

Essas medidas, quando não logo adotadas, mostraram e comprovaram a rapidez com que o vírus se propagava e a gravidade da doença, levando a muitos óbitos como ocorreu, para ficarmos em dois exemplos, em países como Itália e Espanha. Esses dois países, entre muitos outros países europeus, têm, na prática turística, uma das principais fontes de geração de renda em que se baseiam suas economias. Para se ter uma ideia, o percentual de participação do turismo no PIB da Espanha é da ordem de 14% e, na Itália, de 13%. Esses dois países pela sua história, pelo número de equipamentos históricos (museus, monumentos históricos, centros culturais, cidades históricas etc.) utilizados como equipamentos turísticos, têm no chamado turismo cultural, uma das principais vertentes turísticas exploradas.

Nessa perspectiva, a da importância do Turismo Cultural como um dos principais geradores de renda para quem o promove (se quisermos ficar em uma característica sempre elencada), essa prática turística assume um lugar de destaque não só para esses, mas também para aqueles que dela desfrutam, os turistas. O adquirir, o vivenciar dessa experiência cultural significa uma relevante forma de contato com o Outro, uma forma de aprendizado para a aceitação do diferente e o conhecimento e/ou o reconhecimento de outras culturas, não como simplesmente exóticas, mas como iguais, por vezes complementares, mesmo que, em suas singularidades, de todo o conjunto cultural que compõe o mundo. Inclui-se aí a busca por uma melhoria da própria prática turística, que passa a ser pensada a partir do viés da sustentabilidade.

O Turismo Cultural, considerado como turismo de massa, é um aglutinador de pessoas – basta ver a quantidade de visitantes nos diversos museus, monumentos, festivais culturais, em manifestações religiosas, centros históricos. Nesses lugares de memória, talvez, não seja possível imaginar, em um futuro, a curto e médio prazo, a presença de muitas pessoas, mesmo com vacinas que se mostrem eficazes como temos observados nas várias desenvolvidas.^{II} Com a adoção dos chamados protocolos de segurança, reduziram-se as visitas, fazendo com que elas deixassem de ser uma das principais fontes de renda dessas instituições ou dos negócios realizados e geradores de dividendos para cidades, pequenos comerciantes, pequenos produtores, artesãos, entre outros. Mas, os protocolos de segurança nesses e em outros locais (utilizados pelo Turismo Cultural) serão mantidos mesmo com toda população imunizada? Teremos aprendido algo com essa situação caso aconteça outra pandemia igual ou pior que a Covid-19?

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

Metodologicamente, com a finalidade de alcançar os objetivos propostos, esta pesquisa foi desenvolvida a partir de uma análise qualitativa, exploratória e não representativa. O objetivo central é compreender a importância da prática do Turismo Cultural e Sustentável e entender como desenvolvê-lo em um período de pandemia e pós-pandemia provocado pelo vírus da Covid-19. Em um primeiro momento, fez-se uma revisão bibliográfica a partir de livros, artigos, teses e dissertações que abarcam os temas relacionados ao Turismo Cultural e ao Turismo Sustentável.

Em um segundo momento, foram analisados os dados coletados através de material (estudos, pesquisas, artigos de jornais, boletins etc.) publicado na Internet, que trazia informações sobre medidas (normas sanitárias preventivas e protetoras) e novas estratégias em diversos lugares em que a prática do Turismo Cultural seria retomada e, posteriormente, mantida. Por fim, se apresentam possibilidades de medidas a serem adotadas, pelo menos a curto prazo, para a retomada dessa prática turística.

O Turismo como fonte de renda (ou como principal/única fonte de renda)

O mercado turístico, antes da fatalidade da pandemia da Covid-19, era considerado um dos mercados mais promissores no mundo. O montante total de recursos financeiros movimentados pelo setor, entre os anos de 2018 e 2019, foi da ordem de 1,7 trilhão de dólares, e a quantidade de chegada de turistas internacionais foi da ordem 1,5 bilhão, proporcionando negócios em todas as dimensões, desde o realizado pelas grandes empresas de transporte aéreo e marítimo, até os que são oferecidos pelas grandes, médias e pequenas empresas hoteleiras e outras formas de hospedagem, os realizados pelos setores de alimentação e bebidas, os negócios relacionados à venda de *souvenires*, entrada em museus, shows e eventos, bem como outros diversos serviços prestados, incluindo os em perspectivas alternativas.

Riched^{III} informa que, por conta da pandemia da Covid-19 e a consequente adoção de medidas restritivas por quase a totalidade de países, a restrição de deslocamento e o remarcar das viagens reprimiu em 70% as demandas turísticas dada a inconstância ou mesmo a obrigatoriedade da abertura e fechamento de fronteiras, da redução drástica na emissão de vistos, da necessária aquisição e uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI), além das emergências decorrentes do surgimento de novas e mais contagiosas cepas.

Para termos mais uma ideia sobre os números do Turismo Internacional, segundo o relatório Top 100 City Destinations 2019 Edition da Euromonitor International^{IV} – grupo responsável por pesquisa de mercado, criado em 1972, com sede em Londres–, apresentamos os dados das dez cidades mais visitadas no mundo, a seguir:

Tabela 1. As 10 Cidades Visitadas em 2019.

	Cidade	País	Em milhões
1	Hong Kong	China	26,716.8
2	Bangkok	Thailand	25,847.8
3	Macau - Macau	China	20,637.1
4	Singapore	Singapore	19,760.8
5	London	United Kingdom	19,559.9
6	Paris	France	19,087.9
7	Dubai	United Arab Emirates	16,328.3
8	New York City	US	14,010.0
9	Kuala Lumpur	Malaysia	14,072.4
10	Istanbul	Turkey	14,715.9

Fonte: Relatório Top 100 City Destinations 2019 Edition da Euromonitor International, 2019.

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

A cidade mais visitada do mundo é a cidade de Hong Kong na China, mantendo-se nessa posição há algum tempo (foi assim há, pelo menos, 10 anos), acompanhada pelas cidades de Bangkok e Macau cujos pontos turísticos se encontram em seus mercados (como os Flower Market, Ladies Market e o Temple Street Night Market, em Hong Kong), arranha-céus, em seus templos budistas e diversos museus.

Do Velho Mundo, encontramos Londres e Paris na lista de cidades mais visitadas. Londres (maior cidade europeia) está em posição à frente de Paris (afinal como disse o Rei Henrique IV: “Paris vale uma missa”), em decorrência das mudanças ocorridas na cidade nas últimas décadas com processos de renovação de certas áreas, a criação de alguns novos museus e a abertura de novas casas de shows e de novos restaurantes, garantindo novos ares e uma crescente procura pela cidade, principalmente entre os jovens. Aqui é bom lembrar do papel dos anos Blair e da implantação e aposta na chamada economia criativa. Paris (Cidade Luz) segue de perto Londres e oferece, assim como a cidade britânica, uma série de lugares famosos para se visitar, entre museus, parques e antigas construções daquela que já foi considerada a principal cidade exportadora de cultura da Europa.^v

Das Américas, a única cidade a figurar entre as primeiras mais visitadas é Nova York, nos Estados Unidos da América, e as mais próximas do continente americano também se encontram em solo estadunidense: Miami (29°), Los Angeles (33°) e Las Vegas (38°). Assim como Londres e Paris, Nova York é uma cidade que agrada a todos os gostos e tipos de turistas. Além de ser a cidade mais populosa norte-americana e de servir de cenário para uma infinidade de filmes, conta com uma série de museus famosos – a exemplo dos Museu de Arte Moderna (MoMa) e do Metropolitan Museum of Art (MET) –, grande variedade de restaurantes entre outras possibilidades de entretenimento e atrativos turísticos. Próxima às cidades norte-americanas, encontramos Cancún (México), mais precisamente na chamada Riviera Maia numa combinação entre turismo de sol e mar e o esplendor da antiga cultura Maia com suas cidades e templos milenares, a exemplo de Chichén Itzá (antiga capital do Império Maia) ou Tulum e Cobá.

No caso do Brasil, a única cidade a constar da lista das 100 cidades mais visitadas por turistas estrangeiros no ano de 2019 é a do Rio de Janeiro (localizada na nonagésima quarta posição). As atrações existentes na cidade “maravilhosa” combinam patrimônio natural – a exemplo das famosas praias de Copacabana, Ipanema e Leme entre outras, além dos diversos parques, como o Jardim Botânico, e as formações rochosas, como o Pão de Açúcar, o Corcovado (com o famoso Cristo Redentor) – com um rico patrimônio cultural, representado pelas construções resistentes tanto do período colonial (a exemplo de diversas igrejas e fortes) quanto do período em que a cidade foi capital do Império (a exemplo do Theatro Municipal e Escola de Belas Artes), incluindo as construções novas, a exemplo do Museu do Amanhã, ou mesmo mais antigas como o Maracanã (Estádio Mario Filho), elevado à condição de patrimônio cultural brasileiro e tombado pelo IPHAN, em 2000.

Mesmo com a queda registrada no número de visitas realizadas por turistas estrangeiros em nosso país no ano de 2019 em relação ao ano de 2018, na ordem de 4% – em termos numéricos, esse número de visitas, naquele ano, foi da ordem de 6 milhões (números considerados baixos, principalmente se compararmos com cidades como Londres e Paris que juntas receberam quase 40 milhões de turistas no mesmo período) –, o setor turístico, devido também ao turismo interno, era considerado um dos que mais crescia e que contava com a possibilidade de um futuro promissor – indubitavelmente, foi um dos mais afetados, enquanto atividade econômica, pela pandemia. Para se ter uma ideia, pesquisa/levantamento realizado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), calcula-se que o setor

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

turístico perdeu 35,5 mil estabelecimentos^{VI} – com vínculos empregatícios – em 2020, com um prejuízo estimado na ordem de R\$ 290,6 bilhões contabilizado entre março de 2020 até fevereiro de 2021.

Na história do turismo,^{VII} são vários os momentos em que ocorreram mudanças nas formas de realizar essa atividade: de uma prática de poucos (um período anterior em que as viagens eram realizadas por pessoas mais abastadas) para um turismo de massa (mesmo que, para muitos, essa prática ainda se configurasse como privilégio); de uma exploração exacerbada dos recursos naturais, culturais e humanos (principalmente em decorrência do próprio processo de massificação) para uma prática mais sustentável; de uma prática mais sustentável para a inclusão da tecnologia como inovação, além da valorização das comunidades (que passou a ser encarada como parceira e também responsável pelo planejamento de ações turísticas), bem como a incorporação de setores importantíssimos através do reconhecimento da diversidade cultural.

Nesses processos de mudanças, é interessante observar como o Turismo Cultural se apresentou como prática turística. No período inicial de exploração do mercado, essa forma de fazer turístico já se apresentava como uma das principais – na maioria dos casos, o chamado Grand Tour começava pelas cidades italianas e suas belezas arquitetônicas mais contemporâneas, assim como nas antigas ruínas remanescentes do antigo Império Romano, seguindo por Paris e pela França, de forma geral, passando também pela Grécia e Espanha. Quando houve o processo de massificação, essas cidades continuaram a ser bastante procuradas, inclusive pelo papel de distinção que a própria atividade conferia aos que a realizavam (se antes era a aristocracia, seguiu-se a alta burguesia, e isso não foi abandonado pela média/baixa burguesia nem pelos trabalhadores), não somente pelos monumentos (entre templos, palácios e vilas) e famosos centros históricos, como também pela grande quantidade de museus, casas de shows famosas e centenárias, restaurantes e centros culturais.^{VIII}

No atual momento de pandemia, mais uma vez, o setor foi convocado a se reinventar e assim criar formas de atuação para oferecer serviços diferenciados, entre os quais podemos citar: a criação de formas de se hospedar e conhecer novos lugares, para além das famosas rotas tradicionais ou mesmo repensando a maneira como se visita as antigas; a própria reinvenção das empresas de turismo no sentido de oferecer experiências culturais nas viagens, promovendo atividades diversas que procurem agregar educação, cultura e gastronomia, com o conhecimento dos recursos/belezas naturais da região/localidade visitada; o oferecimento aos clientes de destinos e períodos mais tranquilos para viajar, em locais com menos fluxo e, conseqüentemente, sem gerarem aglomeração; o oferecimento também de viagens a serem realizadas para cidades/localidades mais próximas, mais calmos, incentivando o turismo regional, até mesmo as viagens que possam ser feitas em carro próprio ou alugado, evitando-se, assim, os aeroportos e rodoviárias; o oferecimento de hospedagens em locais com menos fluxo de pessoas e por período de tempo menor, inclusive incentivando hospedagens alternativas desde que respeitem os protocolos de segurança, como forma de fugir dos grandes hotéis ou das grandes redes hoteleiras; e o oferecimento/procura por locais, tanto hospedagens, como locais de alimentação e de entretenimento, além das próprias agências de turismo, dos guias e dos meios de locomoção, que procuram cumprir as normas/protocolos estabelecidos e que possuam o selo de segurança do Ministério do Turismo, denominado de Turismo Responsável (Limpo e Seguro).

A Covid-19 como pandemia e o seu impacto no Turismo

A pandemia de Covid-19 tem proporcionado uma série de mudanças de estilo de vida, incluindo aí a de comportamento – desde as relações pessoais, passando pelas relações sociais

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

até às relações profissionais –, como um simples gesto de afeto, um beijo na face de uma filha ou filho que não reside em um mesmo local que os pais, um abraço e um tapa nas costas daquela amiga ou amigo que há muito tempo não se veem até ao cumprimento casual e automático do aperto de mão ao chegar nos locais de trabalho. Na verdade, o que se tem aprendido no atual momento é: o que é menos perigoso é o se afastar, é manter o distanciamento sem aglomerações, é o ficar em isolamento social.

Por ser o distanciamento e o isolamento social as melhores formas de combater a proliferação do vírus, isso significou também uma nova atitude frente às formas de consumo pelo mundo. Para aqueles que já haviam adotado o uso de serviços via rede mundial de computadores, não constituiu em grande problema ou dificuldade; para outros significou o aumento das compras pela internet (e aqui estamos falando das compras de gêneros alimentícios, de limpeza, farmacêuticos, de equipamentos eletrônicos, de livros impressos ou em formato e-book, de compras em pequenos e grandes volumes etc.) e entregas em domicílio; também significou o aumento de gastos com serviços de jogos online e de transmissão (*streaming*), enquanto para alguns, significou a possibilidade de repensar o consumo pelo simples ato de consumir.

Essas questões relacionadas à última observação nos traz a necessidade de pensarmos um mundo pós-Covid-19: como ele se constituirá? Como se darão as relações pessoais e profissionais no pós-pandemia? A humanidade terá aprendido a rever determinadas atitudes frente à preservação da natureza? Em entrevistas (como a realizada no dia 30 de março de 2021, no Programa Roda Viva da TV Cultura) e em *lives* semanais, o biólogo e pós-doutor em microbiologia Atila Iamarino foi bastante enfático quando afirmava sobre o que estava por vir: “O mundo não vai voltar a ser o que era [...] É uma situação preocupante. Têm pessoas querendo voltar ao que tinham antes”^{IX}. Ele já apontava para as mudanças que deveriam ocorrer em relação às condições e formas de trabalho, mas lembrava também, primeiramente, que até se ter uma vacina que demonstrasse eficácia ainda seria necessário manter processos de quarentena e de isolamento social.

Atualmente, duas palavras ganharam a centralidade do mundo: *segurança* e *protocolo*. A primeira, segurança, se refere às formas de proteção para se precaver da contaminação como higienizar todas as compras de gêneros alimentícios, por exemplo. Como forma de tentar reduzir esse problema é que a segunda palavra tem vindo em socorro tanto dos que podem ficar em casa, quantos dos que, por necessidades diversas, precisam sair e se expor à possibilidade de contágio. Os *protocolos de segurança*, dessa forma, têm se constituído numa das grandes e principais ações a serem adotadas, pelo menos a curto prazo, até que seja possível a conclusão dos processos de vacinação, como tem ocorrido até o momento (inclusive servindo para combater as variantes do vírus que têm surgido) garantindo a imunização dos seres humanos. Protocolos de segurança individuais, protocolos de segurança coletivos que garantam a possibilidade de locomoção, a possibilidade de contatos e convivências, implicando concordâncias mínimas de aceitação deles, para as coisas continuarem funcionando, ao menos, por enquanto e em futuro próximo.

Mesmo com os tipos de vacina já surgidas e sendo usadas para imunizar a população mundial, uma série de protocolos de segurança ainda se manterão. As mudanças verificadas no período de pandemia afetaram o dia a dia de milhões de pessoas. Medidas foram tomadas para evitar a proliferação/propagação da Covid-19 e, entre elas, um exemplo bastante significativo, pelo menos no Brasil (essa prática já era mais comum em outros países do mundo), foi o aumento do chamado *home office* (trabalho em casa). Evidentemente, nem todas as atividades desenvolvidas nas empresas (públicas ou privadas) podem ser feitas dessa forma, porém existe uma série de ações que foram adaptadas para atenderem às novas formas de trabalho. Isso significou uma redução de custos para essas empresas, porém não significando melhorias para os

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

trabalhadores. Nessa perspectiva, é possível que muitas atividades se mantenham dessa forma ou adotem, como tem sido visto nas universidades, o chamado *ensino híbrido*, em que se combinam aulas remotas com atividades presenciais contando com menos pessoas para se evitar possíveis processos de contaminação.

Em termos da prática do turismo, mais especificamente do turismo cultural, como podemos verificar o efeito desta pandemia? Como podemos observar a interferência da pandemia sobre as atividades turísticas? Para termos uma ideia do tamanho do problema que se enfrenta, vamos observar as duas tabelas apresentadas, a seguir:

Tabela 2. Participação do Turismo no PIB de sete países mais atingidos pela Covid-19 – 17/04/2020.

Países	% PIB	PIB em €
Espanha	14,3%	1.244.757
Itália	13,0%	1.787.664
China	11,3%	11.773.429
Alemanha	9,1%	3.435.210
Reino Unido	9,0%	2.523.313
Estados Unidos	8,6%	19.140.420
França	8,5%	2.425.708

Fonte: CNN Brasil.^X

Tabela 3. Número de visitantes por monumentos em 2019.

País/Cidade	Monumentos	Visitantes - 2019
Reino Unido/Londres	National Gallery	6 milhões
Reino Unido/Londres	Tate Modern	6 milhões
Reino Unido/Londres	Museu Britânico	5,4 milhões
França/Paris	Notre Dame de Paris*	13 milhões
França/Paris	Museu do Louvre	9,6 milhões
França/Paris	Torre Eiffel	7 milhões
Itália/Roma	Coliseu	7,5 milhões
Itália/Roma	Museus do Vaticano	6 milhões
Espanha/Madri	Museu Reina Sofia	4,4 milhões
Espanha/Madri	Museu do Prado	3,5 milhões

Fonte: Elaborado pelo autor.^{XI}

As análises das duas tabelas nos dão um panorama da importância tanto do turismo geral, quanto do turismo cultural para os países relacionados, especificamente, da realização de visitas a alguns museus e monumentos – neste caso aqui, na Europa. Na Tabela 2, temos elencada a participação do Turismo em relação ao PIB de alguns países na data de 17/04/2020. Podemos observar que, naquele momento, os dois países em que essa participação é a mais elevada (14,3% e 13%), respectivamente, Espanha e Itália, eram os países com mais números de casos de Covid-19 e que tiveram que adotar a prática do isolamento rigoroso (com fechamento de todos os lugares) para evitar um maior índice de transmissão e número de mortes.

Na Tabela 3, quando observamos o número de visitas realizadas a uma lista de monumentos e museus, podemos constatar o quanto é importante a prática do turismo cultural não somente para as cidades em que estão localizados como também da importância desse tipo de turismo para esses locais em termos de geração de renda e valores de manutenção desses locais com a venda de entradas, *souvenirs*, alimentação, aluguel de equipamentos, entre outros. Esses números nos dão a ideia do quanto esses lugares são importantes para o conhecimento de outras culturas – dentro dos atrativos turísticos, a concorrência é muito grande para sua visita, verificada por meio das enormes filas e aglomerações.

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

O que fazemos quando realizamos Turismo Cultural?

Para iniciarmos essa discussão, é preciso compreender em que se constitui essa forma de fazer turismo. O Turismo Cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.^{XII}

A partir dessa definição e observando a própria ampliação do conceito de patrimônio cultural ao longo do tempo, e a relação do mesmo com a diversidade cultural, podemos afirmar que uma das grandes possibilidades – portanto, forma constituinte, derivadas da prática do turismo cultural – é o contato com o outro, a partir da tolerância em aceitar a diferença e também a possibilidade do reconhecimento, a possibilidade do se aprofundar, do se “embrenhar” nas múltiplas identidades; o conhecer através do olhar, do sentir, do cheirar, do saborear, do tocar, ou seja, através de múltiplas formas de ver e vivenciar o patrimônio.

Dessa forma, uma das principais possibilidades que o turismo cultural propicia é o de viver a experiência; é o de poder experienciar o novo, o diferente, mesmo que este se constitua de tradicionais atividades, como uma apresentação artística de antigos grupos que mantêm viva determinadas manifestações culturais e as têm transmitido há várias gerações, ou como o provar de uma antiga preparação culinária centenária e que tem nas suas características peculiares ou no uso de determinados produtos que são característicos do lugar uma forma de representação identitária. O experienciar determinadas manifestações de religiosidade podem ser consideradas únicas e possibilitam o sentimento de pertença a determinados grupos sociais, respeitando a diversidade cultural. O experienciar através do caminhar por antigas construções históricas singulares pertencentes a determinadas localidades e remontem ao passado histórico das comunidades dali residentes.

O uso do patrimônio seja com fins educativos, seja com fins de valorização da identidade dos diversos grupos que compõem uma dada sociedade bem como na prática turística, não se configura como algo novo. Se, em um primeiro momento, a ideia era educar para a nação e reconhecer a identidade nacional como uma, homogeneizadora, centralizadora e sem possíveis questionamentos e ter, na prática turística, uma espécie de panaceia que resolvesse todo e qualquer problema de falta de desenvolvimento, principalmente na perspectiva econômica, atualmente, a multiplicidade de identidades – decorrente do processo de questionamento do papel centralizador da ideia de nação –, a existência e reconhecimento de diversos atores políticos – reclamando suas memórias e os seus patrimônios – e a necessidade de se pensar o turismo de forma planejada – procurando evitar descaracterizações e usos abusivos por parte do próprio turista–, respeitando a diversidade cultural e reconhecendo multiplicidades colocou esse uso e essa relação em outra realidade.

A prática do turismo cultural pode proporcionar o conhecimento sobre outras culturas diferente daquela original do turista. A visita a um museu, a um centro histórico, o ato de ver a apresentação de uma manifestação cultural ou o experimentar uma comida típica de uma determinada localidade constituem-se em possibilidade de saber mais sobre uma determinada comunidade através dos seus objetos, através de informações prestadas via exposição que contam sobre a vida daquelas pessoas; é conhecer o outro através do reconhecimento da existência de uma forma de construir e de ordenar o funcionamento da cidade por meio de um centro histórico preservado; é conhecer, reconhecendo a existência de outras formas de fazer cultura através da dança, da música e do encenar; e, é também conhecer reconhecendo a existência de diferentes formas de consumir e de produzir determinados tipos de alimentos através das diversas receitas (muitas delas tradicionais) cuja origem remonta a tempos pretéritos e foram sendo repassadas de geração em geração.

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

Essa prática de turismo cultural e de uso do patrimônio em tempo de pandemia ganhou outra conotação. No momento em que as viagens de longas, e mesmo as de curtas distâncias, estão proibidas, e devem ser evitadas ao máximo, o que pode vir a ser um caminho trilhado é o da preocupação com as normatizações para ocupação dos espaços e a necessidade de novas aprendizagens. Quando falamos de normatizações, falamos da necessidade de adotarmos de forma consciente os chamados protocolos de segurança que incidem diretamente no bem-estar de todos os participantes da prática turística, a exemplo do próprio turista, do pessoal envolvido na organização/ direção/ atendimento do lugar de memória/ monumento/ manifestação cultural, dos moradores das comunidades onde estão inseridos, entre outros. Protocolos que, a princípio, possam significar um olhar mais sério sobre uma discussão antiga em relação às visitas a esses lugares, que era a discussão sobre a capacidade de carga, por vezes sempre elencada, porém não muito levada a sério, já que o número maior de visitantes significava maior arrecadação e, portanto, maior verba/financiamento para esses locais.

A prática do turismo em um mundo pós-pandemia, mais especificamente a do turismo cultural, prezarão mais ainda pela possibilidade da experimentação cultural, da possibilidade de combinação entre o experienciar e o aprender. Será uma prática turística que busque gerar impactos sociais positivos, proporcionando para além da experiência e do aprendizado dos turistas, o desenvolvimento cultural, social e econômico das comunidades receptoras na perspectiva de uma relação mais equilibrada numa espécie de ganha-ganha, e não baseada naquela já conhecida relação de ganha-perde, produzindo, assim, atividades e, conseqüentemente, um turismo sustentável.

Define-se turismo sustentável, conforme o Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC, na sigla em inglês) como sendo aquele que:

deve fazer uso otimizado dos recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento do turismo, mantendo processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar o patrimônio natural e a biodiversidade; respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, conservar seu patrimônio cultural e seus valores tradicionais e contribuir para a compreensão e tolerância interculturais; garantir operações econômicas viáveis e de longo prazo, fornecendo benefícios socioeconômicos a todas as partes interessadas que sejam distribuídas de maneira justa, incluindo oportunidades estáveis de geração de emprego e renda e serviços sociais para as comunidades anfitriãs e contribuindo para o alívio da pobreza.^{XIII}

O Conselho Global de Turismo Sustentável, foi criado na e em decorrência das discussões sobre a necessidade de uma maior proteção ao meio ambiente realizadas na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Eco-92), que aconteceu no Rio de Janeiro, em 1992. O GSTC, a partir dessas discussões, elaborou critérios/objetivos mínimos para o funcionamento das empresas, estabelecimentos, agências etc., na perspectiva do que se definiu como turismo sustentável. Esses critérios são pensados a partir de quatro temáticas gerais: 1) as questões relacionadas à gestão sustentável dos negócios turísticos; 2) as questões relacionadas aos impactos sociais e econômicos da prática turística; 3) as questões relacionadas aos impactos culturais; e, 4) as questões relacionadas aos impactos ambientais.

Evidentemente que, para a realização do chamado turismo sustentável, todos esses critérios são considerados obrigatórios e inegociáveis. Nessa perspectiva, as empresas devem estar em completa conformidade e harmonia com esse padrão para poderem ser certificados pela GSTC. Após o início da implementação das medidas exigidas, é possível saber o quanto se está com elas em conformidade através de uma pré-avaliação da empresa de turismo a ser realizada pelo Control Union Certifications. Esses critérios servem como um *checklist* a ser buscado para a

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

mudança e manutenção das formas de procedimentos para se alcançar nova forma de funcionamento que possa ser considerado sustentável. Para contribuir com essa mudança de forma ativa e real, o Conselho se propõe a fornecer assistência técnica especializada, personalizada e de forma mais extensiva através de diversas organizações que são parceiras para a realização de consultoria.

A exemplo dos critérios a serem adotados, gostaríamos de apresentar um critério relacionado aos empreendimentos hoteleiros (e aqui estamos nos referindo a qualquer meio de hospedagem construído e não somente aos hotéis) que se relacionam com a proteção/preservação/apresentação/uso do patrimônio cultural. De forma geral, os critérios relacionados aos empreendimentos de hotelaria (hospedagem) estão organizados em torno de quatro temas principais: 1) realização de um planejamento de sustentabilidade eficaz; 2) busca planejada pela maximização dos benefícios sociais e econômicos para a comunidade local; 3) valorização do patrimônio cultural; e 4) busca constante pela redução dos impactos negativos ao meio ambiente. No tocante ao critério que vamos apresentar, ele está elencado na Seção C e denominado de Maximização dos benefícios para o patrimônio cultural e minimização dos impactos negativos sobre ele mesmo. (Quadro 1):

Quadro 1. Seção C –Maximização dos benefícios para o patrimônio cultural e minimização dos impactos negativos sobre ele mesmo.

Crítérios da indústria	Indicadores para hotéis
<p>C1 – Interações culturais A organização segue boas práticas internacionais nacionais e orientações acordadas localmente para gestão e promoção de visitas a comunidades indígenas e locais culturalmente ou historicamente sensíveis, a fim de minimizar impactos adversos e maximizar os benefícios locais e satisfação do visitante.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A organização demonstra conhecimento e conformidade com as boas práticas internacionais e locais existentes e orientação para visitas turísticas a locais culturais e comunidades indígenas. 2. A organização se envolve com as comunidades/locais na revisão das orientações e na criação e concordância de diretrizes adicionais, conforme necessário. 3. As diretrizes são usadas e comunicadas de forma eficaz. 4. Medidas específicas estão em vigor para evitar interação inadequada com crianças.
<p>C2 – Protegendo o patrimônio cultural A organização contribui para a proteção, preservação e valorização das propriedades locais, sítios, tradições de importância histórica, arqueológica, cultural e espiritual e não impede o acesso a eles por residentes locais.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A organização faz e registra contribuições monetárias para a proteção do patrimônio cultural. 2. A organização fornece em espécie ou outro tipo de apoio ao patrimônio cultural. 3. A provisão é feita para acesso local aos sites.
<p>C3 – Apresentando cultura e patrimônio A organização valoriza e incorpora elementos autênticos da cultura local tradicional contemporânea em suas operações, design, decoração, culinária ou lojas, ao mesmo tempo que respeita os direitos de propriedade intelectual das comunidades locais.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. A arte/artesanato local se reflete no <i>design</i> e na mobília. 5. A herança cultural viva e as tradições são evidentes na culinária, varejo, eventos e outros serviços oferecidos. 6. Direitos autorais e direitos de propriedade intelectual foram observados e as permissões necessárias obtidas. 7. As opiniões da comunidade local têm sido buscadas para a apresentação do patrimônio cultural local.
<p>C4 – Artefatos Artefatos históricos e arqueológicos não são vendidos, comercializados ou exibidos, exceto conforme permitido pela legislação local e internacional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 8. Qualquer uso de artefatos é transparente e/ou documentado e relatado. 9. Onde os artefatos são usados, as leis e regulamentos foram identificados que permitem tal uso. 10. Os visitantes são impedidos de remover ou danificar artefatos.

Fonte: GSTC.

Podemos observar a preocupação com a valorização do patrimônio cultural, bem como a preocupação com o papel desempenhado pelas comunidades locais (não só no reconhecimento

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

da produção do patrimônio como na busca por suas opiniões concernentes ao uso e sua preservação) em relação a esse patrimônio. Nesse sentido, é necessária uma forma de cobrança para que mais e mais empresas/instituições assumam como princípio de funcionamento esses critérios de turismo sustentável. Somente assim é que poderemos pensar em um turismo cultural que também se faça sustentável.

Em tempos de pandemia e pós-pandemia, ao menos a curto prazo e de eficácia mais imediata, algumas medidas e possíveis mudanças estão sendo pensadas e colocadas em prática para se ter o retorno à prática turística – em específico, a do turismo cultural. A primeira delas, já observada anteriormente, é o da utilização real da capacidade de carga e do seu uso correto, garantindo o distanciamento necessário entre as pessoas, pelo menos, a curto prazo até que o uso das vacinas tenha garantido a imunização das pessoas.

Para refletir mais um pouco sobre a capacidade de carga, observaremos o exemplo do Museu do Louvre (Paris). Museu de destaque internacional, com um número de visitas anuais na ordem de mais de 9,5 milhões por ano, viu-se às voltas com o chamado *overtourism* (excesso de turistas). Com o período fechado por conta da pandemia, passou a sofrer com o chamado *undertourism* (falta de turistas) e acarretou um prejuízo de mais de 45 milhões de euros (em três meses, aproximadamente), decorrente do não volume de bilheteria, da não venda de *souvenires*, do não aluguel de equipamentos de tradução, além da não arrecadação com a venda de alimentação, entre outros.

Outra medida é o uso mais acentuado de compra de entradas, de bilheteria, via internet (prática já adotada para se evitar longas filas de espera, mesmo com o ingresso custando mais caro, constituindo-se, nesse momento, numa forma de evitar grandes aglomerações) ou em último caso, se evitar o uso de dinheiro comum (pela potencialidade de transmissão não somente do vírus, mas de vários outros microrganismos patogênicos que o mesmo tem), aumentando assim o uso de cartões de crédito pela facilidade em manuseio e limpeza. Outra medida é o não uso de folheteria explicativa sobre as exposições, monumentos e outros –evitando-se, assim, mais materiais em contato/trocas com/entre os visitantes/turistas–, assim como a não disponibilização de equipamentos de tradução (ou uso de processos de assepsia mais completos e demorados) para acompanhamento em visitas não necessariamente guiadas. Outra medida que está/pode ser adotada é evitar a venda de *souvenires* e alimentação dentro das dependências ou um controle mais rígido do que é vendido nos arredores das instituições ou nos centros históricos das cidades.

Para além dessas medidas que estão sendo postas em prática, outras se apresentam –ações mais gerais que podem se manter pelo menos a curto prazo– como necessárias para não somente evitar a contaminação como para deixar turistas e mesmo o pessoal das localidades receptoras mais seguros, tais como:

- 1) a manutenção do uso de máscara (protocolos básicos de segurança). Quando se fizer necessário, poderá ser exigida, assim como a disponibilização de álcool a 70% (protocolos sanitários de limpeza) em meios de transporte como aeronaves, ônibus, trens, assim como em locais de hospedagem e alimentação como bares e restaurantes;

- 2) exigência dos comprovante/cartões de vacinação e, em muitos casos, até mesmo de apresentação do resultado de teste para Covid-19, feitos 48 horas antes do momento da viagem ou da assistência de algum grande evento;

- 3) criação, como estamos vendo ser discutido pela ONU, de, ao menos, um passaporte eletrônico específico para saúde, que poderá conter comprovantes de vacinação contra várias doenças, já exigidos em diversos países, a exemplo da febre amarela, e para além desses comprovantes, os resultados de exames que também possam vir a ser exigidos, como o PCR,

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

usado para detecção da presença do coronavírus, inclusive com o uso do passaporte podendo se estender a shows e eventos;

4) maior aceleração da digitalização de serviços demandada pela pandemia, que, provavelmente, irá ampliar ainda mais a realização de compras *online*, como pacotes de viagem ou passagens e hospedagem – e isso não é algo, necessariamente, novo, porém foi agora exacerbado servindo como forma de proteção contra a contaminação. Isso significará também uma oportunidade para as empresas do setor cada vez mais otimizarem processos e reduzir custos;

5) prioridade na realização e manutenção da limpeza dos lugares de hospedagem e de alimentação, assim como de determinados lugares de visitação (como museus, edificações históricas e centros culturais), incluindo a possibilidade de, em alguns hotéis, existirem a oferta opcional dos serviços de quarto em que o ocupante da unidade dispensa a limpeza e arrumação feitas por terceiros, com o material de limpeza sendo deixado a disposição para ser feita pelo próprio hóspede;

6) Pelo menos a curto até médio prazo, a prioridade pode ser pelos destinos regionais, na perspectiva do quanto mais próximo, melhor, pois pode significar menos deslocamentos e menor tempo de estada fora de casa. É bom lembrar que as próprias restrições para entrada de brasileiros em determinados países (por conta do atraso na vacinação) e o alto preço do dólar e do euro levaram a uma crescente procura por roteiros nacionais.

Nessa linha, ainda da escolha dos roteiros e das formas de visitação, uma possibilidade é a diminuição dos chamados “mochilões”, prática bastante conhecida, em que o turista fica pouco tempo em um determinado destino, procurando visitar/conhecer a maior quantidade possível de lugares em uma única viagem, ou seja, conhecer em média 6 países (ou até mais) em 12 dias, poderá ser substituída por roteiros mais curtos: em 12 dias, conhecer no máximo dois ou três países, passeando com mais calma e tranquilidade e procurando estar mais do lado de fora, a exemplo dos transportes e das hospedagens, evitando, assim, locais fechados e procurando mais por espaços ao ar livre.

Considerações Finais

A prática turística, até antes do surgimento da pandemia da Covid-19, era considerada uma das indústrias mais rentáveis e promissoras a curto, a médio e longo prazo, sendo, portanto, duramente atingida, principalmente quando se agravou a situação pandêmica que tornou obrigatório distanciamento social e pôs em prática o isolamento social como forma de se evitar o alastramento e o aumento da contaminação pelo vírus.

Os números levantados referentes à movimentação feita por essa indústria como um todo mostram como a soma total de visitantes, apresentada na Tabela 3, na ordem de aproximadamente 70 milhões de acessos a 10 monumentos nas cidades de Londres, Paris, Madri e Roma (Cidade do Vaticano) nos dá uma ideia exata do papel do Turismo Cultural como uma das principais formas de se realizar essa prática.

Uma visita ao museu, a um determinado monumento histórico, a um determinado palácio ou forte (da época colonial por exemplo), a um centro histórico constituem-se em atividades realizadas quando fazemos/praticamos o Turismo Cultural. Quando não se configura no motivo principal da viagem, pode ser atrelado às práticas turísticas como o Turismo de Sol e Mar, ao Turismo de Negócios e Eventos, dependendo da localização e da proximidade ao Turismo de Aventura, para ficarmos em alguns exemplos.

Quando os lugares não são tão famosos, como Paris, Roma ou mesmo as cidades turísticas mineiras (com os seus casarios e igrejas coloniais centenárias) entre outros, podemos

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

encontrar manifestações culturais representadas por diversos grupos que brincam/dançam, a exemplo dos Congados, Maracatus, Bumba meu boi, Cavalo Marinho, ou manifestações de religiosidade originadas e vivenciadas por todas as etnias, aceitando-se a diversidade que nos compõe, ou a gastronomia que também se diferencia pelas muitas contribuições que foram sendo amalgamadas ao longo dos anos e que hoje colabora com toda a diversidade da culinária brasileira. É mais fácil encontrar as manifestações de materialidade e imaterialidade convivendo lado a lado e podendo servir ao uso turístico, promovendo o desenvolvimento, principalmente das comunidades locais e que têm essas diversas manifestações como representantes de sua identidade.

É evidente que, em momentos como o que estamos vivendo, todas essas práticas, todas essas ações precisam ser repensadas, precisam ser redimensionadas, precisam ser reorientadas nas suas realizações para que não se fique à mercê de um vírus causador de uma doença com um potencial de letalidade tão grande. É preciso se reinventar, inclusive pelo fato de muitas instituições dependerem dos turistas para garantir o próprio funcionamento – não somente instituições de pequeno e médio porte, mas a de grande porte também que, pelo fato de terem se tornado muito famosas e contarem com acervos tão portentosos e exuberantes são muito procuradas e visitadas, tendo na arrecadação da bilheteria, no aluguel de equipamentos, na venda de *souvenires* e de alimentação, parcela importante e fundamental das suas rendas, proporcionando a sobrevivência das mesmas, a exemplo do Museu do Louvre.

Esperamos que as medidas que estão sendo adotadas não só garantam (pelo menos a curto e médio prazo, como temos frisado) o retorno e o funcionamento dessas instituições, mas também sirvam para manter os próprios acervos (nos referimos aqui à questão da capacidade de carga de alguns desses lugares que, pela grande procura, sempre eram usadas ao limite extremo). Retorno ao funcionamento normal (ou ao máximo próximo a isso) significa retorno à vida, não somente para instituições, mas também para diversos grupos responsáveis pela manutenção de determinadas manifestações culturais ou atividades mais simples e cotidianas (que significavam, além de processos ritualísticos, modos, maneiras de ganhar a vida e poder continuar sobrevivendo), como o ato de vender acarajé em uma esquina de alguma cidade brasileira.

Notas

^I Graduado em Administração (UFPB), Mestre em História (UFPE), Doutor em História (PUC/SP) e Pós-doutor em Turismo (UFRN).

^{II} As principais vacinas usadas mundialmente são: a AstraZeneca (desenvolvida pela AstraZeneca/Universidade de Oxford), a CoronaVac (desenvolvida pela Sinovac/Instituto Butantan), a Janssen (desenvolvida pela Johnson&Johnson) e a Pfizer (desenvolvida pela Pfizer). Todas elas têm apresentado níveis de eficácia e efetividade bastante altos, acima dos 75% (chegando em alguns casos a 100%). Eficácia: significa o poder que vacina tem de prevenir doenças em um ambiente controlado, A avaliação feita pelos cientistas do poder da vacina é em condições e grupos de pessoas monitorados e específicos. Efetividade: significa como essas mesmas vacinas funcionam quando utilizados nas diversas populações através dos processos de vacinação em massa.

^{III} RICHERD, G. Outlook worsens and financial aid is not the only investment governments should make to help travel and tourism. **WYSE COVID-19 Travel Business Impact Monitor**. 2020. Disponível em: <https://www.wysetc.org/research-and-education-hub/>. Acesso em: 29 ago. 2021.

^{IV} YASMEEN, Rabia. **Top 100 City Destinations 2019 Edition**. Londres: Euromonitor International, 2019.

^V HARVEY, David. **Paris: capital da Modernidade**. São Paulo: BoiTempo, 2015.

^{VI} Os dados da pesquisa realizada apontam que esse é o maior saldo negativo correspondendo à maior perda anual do setor desde o ano de 2016, quando o mercado turístico brasileiro ainda sofria os efeitos causados recessão econômica, representando um recuo estimado de 13,9% em relação ao total de unidades que operavam no Brasil no ano de 2019. O processo pandêmico representado pela Covid-19 atingiu estabelecimentos de todos os tamanhos/portes, sendo os que mais sofreram perdas com o acontecido os listados a seguir: os micros (-19,28 mil) e

É POSSÍVEL FAZER TURISMO CULTURAL DEPOIS DA COVID-19?

OLIVEIRA, A. F. B.

pequenos (-11,45 mil) empreendimentos. Somados esses empreendimentos são responsáveis por 87% do total de pontos perdidos no último ano. Em termos regionais, todos os mercados turísticos existentes em todas as unidades da Federação ocorreram drásticas reduções da quantidade de unidades ofertantes de serviços turísticos, sendo as maiores perdas registradas nos seguintes estados: São Paulo (-10,9 mil), Minas Gerais (-4,1 mil), Rio de Janeiro (-3,7 mil) e Paraná (-2,6 mil). Fonte: CNC. **Pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.**

Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/332214/332214>. Acesso em: 04 maio 2021.

^{VII} DEIS, Siqueira. **História Social do Turismo**. Rio de Janeiro: Garamond; Brasília, DF: Editora Vieira, 2005.

BOYER, Marc. **História do Turismo de Massa**. Bauru, SP: EDUSC; Salvador: EDUFBA, 2003.

^{VIII} Ibid.

^{IX} VALERY, Gabriel. Atila Iamarino: 'Após o coronavírus, o mundo não voltará a ser o que era'. **Rede Brasil Atual**, 2020. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/2020/03/atila-iamarino-apos-o-coronavirus-o-mundo-nao-voltara-a-ser-o-que-era/>. Acesso em: 15 abr. 2020.

^X TEODORO, Pedro. Espanha e Itália são países mais vulneráveis aos impactos da COVID-19 no turismo. **CNN Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/viagem/2020/04/17/espanha-e-italia-sao-paises-mais-vulneraveis-aos-impactos-da-covid-19-no-turismo>. Acesso em: 27 abr. 2020.

^{XI} Os dados referentes às visitas à Notre Dame de Paris são os de 2018, pois, desde o início do ano de 2019, a Catedral se encontra fechada por conta do incêndio que praticamente a destruiu.

^{XII} BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 3 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. p. 15.

^{XIII} GSTC. **Conselho Global de Turismo Sustentável**. Disponível em: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria-for-hotels/>. Acesso em: 22 set. 2021.