

LA ACTUACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO FRENTE A LA EMERGENCIA DE LA COVID-19: UN ANÁLISIS LÉXICO UTILIZANDO IRAMUTEQ PUBLIC MANAGEMENT PERFORMANCE OF TOURISM IN FRONT OF THE EMERGENCY OF COVID-19: A LEXICAL ANALYSIS USING IRAMUTEQ

KETTRIN FARIAS BEM MARACAJÁ¹

Universitat de Campina Grande

PETRUSKA DE ARAÚJO MACHADO²

Universitat de Campina Grande

ISABELLE DE FÁTIMA PINHEIRO³

Universitat de Mato Grosso do Sul

LUCIANA MELO PEREIRA⁴

Universitat de les Illes Balears

RESUMEN

En el presente artículo se pretende analizar el desempeño de las secretarías de Turismo de Brasil para la reanudación del Turismo pospandémico en COVID-19 antes del inicio de la vacunación. Como metodología, se llevó a cabo un análisis léxico utilizando datos cualitativos, adoptando un enfoque de censo y los datos fueron tratados de forma cuantitativa con el apoyo del software Iramuteq y representación factorial. Además, se encontró que los departamentos estatales de Turismo, en este momento de crisis causado por el coronavirus, todavía están actuando de manera puntual y segmentada, sin presentar una planificación efectiva para la reanudación de actividades sobre los impactos negativos generados en la pandemia. Los principales hallazgos de la investigación revelan que las secretarías abordan la relación entre la reanudación del Turismo y el COVID-19 desde cuatro perspectivas: "El turismo en disminución", "Medidas de orientación

Fecha de Recepción: 9 de abril de 2021 Fecha de Aceptación: 25 de junio de 2021

¹ Universitat de Campina Grande, R. Aprígio Veloso, 882 - Universitário, Campina Grande - PB, 58428-830, E-mail: kettrin.farias@ufcg.edu.br

² Universitat de Campina Grande, R. Aprígio Veloso, 882 - Universitário, Campina Grande - PB, 58428-830, E-mail: pestruskamachado@gmail.com

³ Universitat de Mato Grosso do Sul, R. Oscar Trindade de Barros, 740 - Da Serraria, Aquidauana - MS, 79200-000, E-mail: isabelle.pinheiro@ufms.br

⁴ Universitat de les Illes Balears. Cra. de Valldemossa, km 7.5. Palma (Illes Balears), E-mail: lmelo@etb-baleares.es

turística", "Planificación del turismo antes del regreso" y "Turismo después del regreso".

Palabras Clave: Departamentos de estado; Turismo; COVID-19; Iramuteq.

ABSTRACT:

The aim of this article is to analyze the performance of the Brazilian tourism secretariats for the resumption of post-pandemic tourism in COVID-19. As a methodology, it was carried out a lexical analysis using qualitative data, adopting a census approach and the data were treated in a quantitative way with the support of the Iramuteq software and factorial analyses. Furthermore, it was found that the state departments of Tourism, in this moment of crisis caused by the coronavirus, are still acting in a punctual and segmented manner, without presenting an effective planning for the resumption of activities that considers on the negative impacts generated in the pandemic. The main findings of the research reveal that the secretariats address the relationship between the resumption of tourism and COVID-19 from four perspectives: "Retraction of tourism", "Tourist Orientation Measures", "Pre-return planning of tourism" and "Post-return planning of tourism". Fills the academic gap regarding research on Tourism and COVID-19 from the departments of Tourism.

Keywords: State department; Tourism; COVID-19; Iramuteq.

1. INTRODUCCIÓN

El avance de la pandemia por COVID-19 ha afectado a varias actividades humanas, especialmente al turismo, que posiblemente sea el sector más vulnerable a las distorsiones de la dinámica global y directamente impactado por los cambios en los escenarios socioeconómicos y ambientales, tanto a escala nacional como internacional (Tito & Araújo, 2019). Según Butler (2020), la pandemia de Sar-cov-2, al ser todavía una incógnita, con escasez de datos científicos para el análisis y las predicciones en la adopción de estrategias eficaces que permitan el equilibrio del retorno a la actividad con seguridad sanitaria, ecológica y económica, no se sabe cuándo y principalmente, como, será el retorno de las operaciones turísticas y los viajes en su totalidad. Estos hechos han llevado a los países a cerrar sus fronteras a partir de febrero de 2020, con la reducción de la red aérea internacional y nacional y el cierre temporal de las empresas vinculadas al sector. Por ejemplo, el impedimento (a priori) de los viajes internacionales de ocio ya ha generado una pérdida de R\$ 11,96 mil millones en volumen de ingresos para el Turismo, lo que representa una caída del 84% en las ventas en relación con el mismo período de 2019 (Confederación Nacional de Comercio de Bienes, Servicios y Turismo - CNC, 2020).

Sin embargo, las transformaciones en la dinámica social provocadas por la pandemia de coronavirus produjeron incertidumbres para el sector del turismo. Por ejemplo,

modificando el periodo de vacaciones escolares, la dinámica de los próximos viajes; así como las estrategias sanitarias a adoptar para la minimización del contagio del coronavirus. Estos factores indican la volatilidad del turismo y cómo el sector se está viendo afectado por la crisis sanitaria y por la crisis mundial provocada por el Coronavirus (Beni, 2020), por ello se hace necesario el desarrollo de acciones que busquen reducir los impactos en el sector turístico ante la aparición del coronavirus pandémico.

Una investigación realizada por la Red Brasileña de Observatorios de Turismo (2020), hecha con empresas del sector en Brasil, detectó que el conocimiento sobre las acciones gubernamentales de intervención ante los impactos problemáticos del coronavirus en el Turismo es todavía bajo, pero que se amplió después de que el turismo comenzó a regresar en el país.

Esta situación afectó directamente a los profesionales y a las empresas que operan en la actividad turística, llevando a las esferas federal y estatal a plantear estrategias para minimizar los daños financieros a los actores del proceso. Sin embargo, las acciones específicas para el retorno del turismo tardaron en ser iniciadas por los estados, por lo que muchas ciudades brasileñas no tenían una planificación sobre cómo actuar durante la pandemia, ni después de que se liberara el retorno de los turistas a los destinos turísticos (Beni, 2020).

Los sectores gubernamentales-políticos-públicos deben promover la solidaridad (con una comunicación empática) para intentar tranquilizar al máximo a la comunidad local y a los futuros turistas potenciales, y organizar a toda la comunidad (comercio) para transmitir una voz unificada a los turistas potenciales, además de ayudar a estimular la demanda local a través del Turismo (Gullo, 2020).

Ante esta perspectiva, el Estado puede configurarse como un agente importante en la minimización de los impactos que el Coronavirus pandémico provoca en las actividades turísticas, especialmente en sectores relacionados con el turismo, como el transporte, el alojamiento, la alimentación, el ocio y el entretenimiento, entre otros (Meca & Gedoz, 2020). Además, debe ser el protagonista de las acciones para la recopilación de datos y el establecimiento de políticas públicas que subvencionen y orienten las actividades turísticas post-pandémicas.

Para la academia, conocer las estrategias adoptadas por la gestión pública permite el conocimiento de la actuación del Estado ante la crisis sanitaria provocada por la pandemia del nuevo coronavirus, permitiendo el registro, la evaluación y la reflexión del poder público en este período histórico de crisis en Brasil, además de la comparación del desempeño de la gestión pública entre los estados brasileños y de Brasil en comparación con otros países. En cuanto a la iniciativa privada

y en términos económicos, este estudio planteó las estrategias de protección presentadas por la gestión pública del turismo, así como los lineamientos y protocolos de seguridad que se deben exigir a las empresas del sector, entendiendo el papel del Estado en la comunicación, en la orientación y principalmente, en la adopción de estrategias para mitigar los efectos negativos de la pandemia en el Turismo y promover el ambiente y la infraestructura adecuada y segura para el retorno de las actividades turísticas.

En concreto, el turismo es una de las actividades económicas de Brasil que está sufriendo las consecuencias de la crisis sanitaria. Por ejemplo, los destinos turísticos pasaron un período de tres meses cerrados y se impidió que casi todos los emprendimientos recibieran gente. Así, el retorno a las actividades requiere el establecimiento de estrategias guiadas por políticas públicas que informen, orienten y supervisen a los sectores principalmente porque en el país la vacunación está siguiendo de forma lenta haciendo que las medidas de bioseguridad sean pensadas para que el turismo pueda retornar de forma segura (Gullo, 2020).

Apreciando la relevancia del turismo en la economía brasileña y el papel del Estado para estimular el sector y orientar la reanudación de la actividad turística después de la pandemia, este estudio tiene el siguiente problema de investigación: ¿Cómo está actuando la gestión pública brasileña, específicamente las oficinas estatales de turismo, en la orientación e implementación de estrategias para el retorno de las actividades después de la pandemia de COVID-19?

Como objetivo central, la investigación se propuso analizar la actuación de las Secretarías de Turismo brasileñas para la reanudación del Turismo después de la pandemia del COVID-19. Para ello se utiliza un enfoque cualitativo, realizando un análisis léxico de los conceptos que implican el contenido del Turismo y el afrontamiento del COVID-19 con el apoyo del software Iramuteq.

Los resultados revelan que las secretarías de turismo abordan la relación entre la reanudación del turismo y el COVID-19 desde cuatro perspectivas: "Turismo y pandemia", "Medidas de orientación turística", "Planificación previa a la reanudación del turismo" y "Reanudación posterior al turismo". Este estudio proporciona una agenda de investigación a partir de tres cuestiones a fin de estimular la investigación futura.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El turismo es un fenómeno extremadamente volátil, influenciado por los contextos social, político, económico e institucional. La susceptibilidad a los cambios de escenario, resultado de la influencia directa del contexto de los destinos receptores, requiere diariamente un levantamiento de

información y estrategias de gestión que identifiquen los cambios de escenarios y flujos de demanda (Costa & Sonaglio, 2017; Tito & Araújo, 2019). Estos factores se consideran internos (recuerdos de experiencias) y externos (información sobre los destinos) y están relacionados con la percepción del nivel de vulnerabilidad a los riesgos que los turistas reconocen en el destino receptor (Clemente et al, 2020; Ferreira et al, 2019). Esta vulnerabilidad puede generar consecuencias negativas para el sector. Por ejemplo, Parra (2015) y Samitas et al (2018) señalan los impactos en la actividad turística derivados del atentado terrorista del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos, que culminó con una reducción de cerca del 10% de la demanda turística mundial y un alto nivel de desempleo en el sector.

Richards y Morrill (2020), en una investigación realizada con viajeros *millennials*, detectaron que las principales motivaciones de viaje de este espectro de viajeros son la relajación, la exploración y el desafío, siempre que los destinos cuenten con la infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades humanas básicas como, por ejemplo, la sensación de seguridad, destacando por la calidad de la experiencia. Así, la ocurrencia de catástrofes naturales como una pandemia, puede reducir el Turismo ya que la seguridad es un aspecto prioritario cuando los turistas planifican sus viajes y actividades. (Lai y Wong, 2020).

Por lo tanto, el funcionamiento de las actividades turísticas es susceptible de sufrir diferentes factores, ya sean ambientales (catástrofes, efectos meteorológicos, pandemias) o humanos (terrorismo, guerras, relaciones políticas, entre otros). Recientemente, con la crisis provocada por la pandemia del virus Sars-Cov-2, se constata que los segmentos turísticos deben insertar otra norma de gran importancia e influencia en el turismo, la norma sanitaria (Senac, 2020). Esto ocurre porque los turistas sólo realizarán sus viajes o asistirán a cualquier segmento turístico si observan que los lugares utilizan todas las normas sanitarias de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Por eso mismo, es razonable esperar que la gestión de los destinos turísticos cree estrategias de intervención y superación de adversidades a través de políticas públicas que busquen el desarrollo del turismo desde la "promoción de las vulnerabilidades, la prevención de crisis, el respeto mutuo, la promoción y perpetuación de la igualdad y la justicia social, además de la preservación del medio ambiente y la mejora de las condiciones sociales" (Costa & Sonaglio, 2017, p.115). Butler (2020) afirma que la gestión pública y las empresas de los diferentes destinos turísticos deben hacer frente a la considerable oposición al turismo tradicional, que ya se producía antes de la crisis de la pandemia debido a los impactos negativos generados por la actividad, y que ahora se

ha agravado dejando al turismo aún más vulnerable. Además, dice el autor, la gestión pública y las empresas tendrán que repensar el Turismo, que no podrá volver a sus características y funcionamiento anteriores, lo que exigirá la reevaluación y modificación de sus características tradicionales.

En esta perspectiva, el desempeño de la gestión pública es una condición determinante para la resiliencia del turismo en condiciones de vulnerabilidad social, ambiental o política. Tito y Araújo (2019) afirman que la extrema vulnerabilidad del Turismo a los contextos sociales, políticos, económicos y ambientales nacionales e internacionales lleva a la necesidad de que las empresas, los poderes públicos y los profesionales del área se centren en la gestión de crisis, tanto en lo que se refiere a la generación de conocimiento sobre los impactos de la crisis en el sector, como a la planificación de su prevención, mitigación y gestión.

Asimismo, Tito y Araújo (2019), en el documento "cómo construir ciudades más resilientes", del Ministerio de Integración Nacional (2012), señalan la necesidad del protagonismo de la gestión pública, en los diferentes niveles de gobierno, tanto en la toma de decisiones como en la previsión, gestión la reducción de riesgos y desastres. Este documento defiende la necesidad de que el gobierno adopte estrategias basadas en la responsabilidad socio-ambiental para que las ciudades dispongan de medios adecuados para gestionar y saber intervenir en situaciones de riesgo, centradas también en la vulnerabilidad del turismo en sus diferentes contextos sociales, políticos, económicos y ambientales nacionales e internacionales.

De esta manera, las vulnerabilidades del turismo se muestran como las primeras acciones para hacer frente a la crisis sanitaria en Brasil, desarrolladas desde el Centro de Operaciones de Emergencias en Salud Pública para el nuevo Coronavirus (COE-nCoV) coordinado por el Ministerio de Salud y en el que se integra el Ministerio de Turismo (Mtur). El COE-nCoV fue creado para monitorear y definir estrategias para enfrentar el coronavirus en Brasil (Ministério do Turismo, 2020). Por ello, el MTur mantiene contacto con representantes del sector público para que se detallen las acciones del Gobierno Federal, así como para promover acciones integradas e inmediatas en relación con la pandemia causada por el coronavirus. Estas acciones trabajan para mitigar los impactos negativos en todos los segmentos del turismo, con soluciones para apoyar al sector y mantener la generación de empleo e ingresos en Brasil.

Particularmente, con el objetivo de responder a las preguntas de los segmentos turísticos y de los viajeros sobre las medidas adoptadas para contener el COVID-19, así como para ofrecer recomendaciones, el COE-nCoV creó un manual que contiene información y directrices para el área de Turismo.

En este manual hay información básica sobre la pandemia, destacando la formación que se ofrecerá a los gestores y empresarios de servicios turísticos. Además de estas acciones, se desarrollaron campañas como: "¡no canceles, reprograma!"; "Brasil te espera con un plan de reanudación del turismo post-pandemia". Por ello, el plan de recuperación se centra en potenciar el turismo interno con una amplia difusión de los destinos nacionales, para que en un solo viaje se visiten varios destinos cercanos, de forma que se pueda mejorar la economía de la región (Panrotas, 2020).

3. METODOLOGIA

Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo. Para delinear las acciones de las secretarías estatales de Turismo adoptadas en el período de la pandemia de COVID-19, se realizó una búsqueda de información en los sitios web oficiales de las secretarías de Turismo de todo Brasil que tuvieran información de Turismo, COVID-19 y retorno de la actividad turística durante la pandemia.

El marco temporal de la investigación fue de marzo a septiembre de 2020, el período que marcó el inicio de la pandemia en Brasil, con el cierre de todas las empresas turísticas, y cuando la gestión pública del turismo en los estados brasileños comenzó a prestar atención a los impactos de la pandemia en el turismo. La elección de los sitios web oficiales se justifica por el hecho de que juegan "un papel clave en la construcción de la identidad y en el proceso de formación de la imagen del destino por parte de los turistas" (Melo, 2013, p. 11), y es un factor determinante en la aceptación y decisión respecto al mensaje cuando el sitio web es oficial del organismo de Turismo (Aguiar & Barsotti, 2017). Los sitios web como herramientas de información y promoción turística son cada vez más utilizados por empresas u organismos autorizados institucionalmente para promover el marketing turístico de sus respectivos países, denominados Organización de Marketing de Destino (DMO) (Lončarić; Bašan; Marković, 2013).

La recogida de datos se efectuó en los meses de abril a septiembre de 2020, abordando contenidos relacionados con el turismo y la confrontación de COVID-19. La muestra fue censal, por lo que la encuesta se realizó en todas las secretarías de turismo que se encuentran en los respectivos estados, totalizando 26 secretarías más el Distrito Federal, con el fin de analizar su desempeño en relación al retorno del turismo después de la pandemia del COVID-19 y cuáles son las acciones que está implementando el sector público del turismo a nivel nacional. De las 27 unidades federativas, 9 Estados no presentan ninguna información sobre la confrontación de COVID-19 y Turismo, son: Acre, Alagoas, Amapá, Mato

Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Rio Grande do Sul, Santa Catarina y Ceará. Los datos para los análisis se recogieron de las noticias oficiales publicadas por los estados en las páginas *webs* de las secretarías de turismo; sin embargo, sólo tres estados proporcionaron documentos relacionados con el tema y que se utilizaron en los análisis, como se presenta en la Tabla I.

Tabla I: Documentos de tres Estados extraídos de las *websites* de las secretarías de Turismo

Estados	Documento
Mato Grosso do Sul	Proporciona un documento que contiene todas las recomendaciones necesarias para que los hoteles, posadas y otros medios de alojamiento reajusten el servicio durante la pandemia del nuevo coronavirus.
Amazonas	Proporciona un protocolo para la recuperación del sector en el estado. El documento está disponible en la página web www.amazonastur.am.gov , y sirve de base a los empresarios para el retorno de las actividades turísticas.
Tocantins	Proporciona un documento que ofrece directrices de cara al COVID-19 para la reanudación de la actividad turística en la Región de las Serras Gerais. También ofrece una cuidadosa definición de los protocolos de higiene personal, seguridad sanitaria, distanciamiento social y desinfección de ambientes a seguir por la producción asociada al turismo y en las actividades relacionadas con el turismo.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las secretarías de Turismo (2020)

Los datos se trataron cuantitativamente con el apoyo del software Interface de R *pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (Iramuteq). Iramuteq fue el software elegido por ser particularmente útil para categorizar datos cualitativos, identificando eficazmente segmentos de texto que permiten una mejor organización y clasificación de la información. Por lo tanto, se realizó un análisis léxico de los conceptos relacionados con el contenido de Turismo y afrontamiento de COVID-19. En el análisis léxico, Iramuteq identificó y formateó las unidades del texto, transformando las Unidades de Contexto Inicial (UCI) en Unidades de Contexto Elemental (UCE); identificó la cantidad de palabras y segmentos en el texto; así como redujo las palabras con base en su radical (Camargo & Justo, 2013).

Así, en este estudio se realizaron los siguientes análisis:

1) Clasificación Jerárquica Descendente (DHC) para realizar un análisis textual sobre el conjunto de textos (corpus) extraídos de los sitios web donde se clasificaron los segmentos de texto según sus vocabularios y se resumieron en factores que agrupan en clases y jerarquizan las palabras estadísticamente significativas (Souza et al., 2018); y

2) Análisis de Representación de Factores (FRA) para identificar la interrelación entre las clases y comprender mejor el contexto en el que las palabras se asociaron con la significación estadística. Para ello, se consideraron clases de análisis como los adjetivos, los adverbios, los auxiliares, los sustantivos complementarios y los verbos.

4. RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados del análisis léxico, del análisis CHD y del análisis de representación factorial.

Análisis léxico

El *corpus* analizado constituye, en total, 999 segmentos de texto (ST), con 35.289 ocurrencias (total de palabras contenidas en el corpus), de las cuales 1.403 presentan radicales distintos por ST. Los resultados del análisis léxico muestran la clasificación de 866 STs, presentando una utilización del 86,69% del corpus total. Esta tasa se considera aceptable y señala que los análisis estadísticos de los datos textuales son factibles, lo que permite un análisis más profundo de los UCE (Rodolf, 1970).

Clasificación jerárquica descendente

En el análisis CHD, se identificaron cuatro clases distintas delineadas a partir de las palabras estadísticamente más significativas basadas en la medida chi-cuadrado (χ^2) que representa la medida de relación entre las palabras. Un valor alto de χ^2 significa la relevancia del término para el grupo y la certeza de que los valores observados pueden ser aceptados como regidos por el tema Turismo y afrontamiento de COVID-19.

Figura 1: Clasificación jerárquica descendente con la clasificación del contenido del *corpus* del estudio.

Classe 1 ($\chi^2=24,2$) Retração do turismo	Classe 2 ($\chi^2=25,5$) Medidas de orientação para o turista	Classe 3 ($\chi^2=36,5$) Planejamento pré-retomada do turismo	Classe 4 ($\chi^2=13,7$) Pós-retomada do turismo
porcento $\chi^2 = 77,41$	precisar $\chi^2 = 45,55$	turístico $\chi^2 = 84,94$	participar $\chi^2 = 113,3$
máximo $\chi^2 = 34,8$	trabalhar $\chi^2 = 31,48$	retornar $\chi^2 = 27,72$	amazonas amazonastur $\chi^2 = 88,04$
federal $\chi^2 = 26,47$	gerar $\chi^2 = 23,57$	realizar $\chi^2 = 21,26$	amazonense $\chi^2 = 83,33$
lembrar $\chi^2 = 26,18$	passageiro $\chi^2 = 18,53$	entregar $\chi^2 = 21,18$	estadual $\chi^2 = 37,8$
iniciar $\chi^2 = 23,13$	explicar $\chi^2 = 18,3$	sanitário $\chi^2 = 20,07$	integrar $\chi^2 = 88,89$
autorizar $\chi^2 = 20,69$	receptivo $\chi^2 = 17,63$	criar $\chi^2 = 20,01$	desenvolver $\chi^2 = 37,47$
reduzir $\chi^2 = 81,82$	procurar $\chi^2 = 16,8$	oferecer $\chi^2 = 19,51$	promocional $\chi^2 = 31,57$
diminuir $\chi^2 = 18,82$	cancelar $\chi^2 = 15,67$	elaborar $\chi^2 = 17,61$	turismo SETUR $\chi^2 = 20,41$
informar $\chi^2 = 18$		biossegurança $\chi^2 = 17,34$	sanitização $\chi^2 = 18,63$
similar $\chi^2 = 17,59$		covid-19 $\chi^2 = 16,65$	virtual $\chi^2 = 18,26$
evitar $\chi^2 = 16,61$		planejar $\chi^2 = 15,99$	incentivar $\chi^2 = 16,2$
público $\chi^2 = 15,93$			online $\chi^2 = 15,65$
respeitado $\chi^2 = 15,71$			produtivo $\chi^2 = 15,65$
			site $\chi^2 = 13,96$

Fuente: Elaboración a partir de Iramuteq (2020).

La figura 1 presenta la Clasificación Jerárquica Descendente (CHD) con la clasificación del contenido del corpus de investigación. Sin embargo, para comprender mejor el significado de las palabras más significativas de las clases, la Tabla 2 presenta ejemplos de segmentos de texto extraídos de los mensajes de los sitios web de las secretarías de Turismo para las cuatro clases textuales de la CHD.

En primer lugar, la clase 1 se denominó "Retracción del turismo". Esta clase explica el 24,25% del total del corpus textual y está formada por 13 palabras estadísticamente significativas: por ciento ($\chi^2 = 77,41$), máximo ($\chi^2 = 34,8$), federal ($\chi^2 = 26,47$), recordar ($\chi^2 = 26,18$), iniciar ($\chi^2 = 23,13$), autorizar ($\chi^2 = 20,69$), reducir ($\chi^2 = 81,82$), disminuir ($\chi^2 = 18,82$), informar ($\chi^2 = 18$), similar ($\chi^2 = 17,59$), evitar ($\chi^2 = 16,61$), público ($\chi^2 = 15,93$) y respetar ($\chi^2 = 15,71$). La clase 1 agrupa palabras que, en general, están relacionadas con la retracción del turismo ante la pandemia de Covid, así como con los sectores económicos (por ejemplo, empleos y empresas) afectados por la crisis generada por la pandemia. Específicamente, se observa la relación de los precios cobrados por los productos o servicios, destacando que hubo una reducción significativa en relación a los valores cobrados anteriormente, lo que corrobora la idea de comenzar a reducir los impactos negativos generados en la economía por el COVID-19.

El problema del cierre de empresas y el desempleo está afectando directamente al turismo, ya que la experiencia turística presupone el desplazamiento físico de las personas y la migración a los servicios en línea sólo es posible para una pequeña parte de los servicios, como la comercialización de productos y servicios y las actividades administrativas (Clemente et al., 2020). Esto demuestra la preocupación de la gestión pública con el colapso financiero resultante de la pandemia en las actividades turísticas en diferentes estados brasileños, por lo que se redujeron los precios para atraer al turista y se crearon protocolos de seguridad para mayor seguridad.

Estos obstáculos llevan a una confrontación económica con la disminución del turismo. Sin embargo, es posible reforzar el sector, ya que el turismo emplea y genera importantes ingresos, moviendo así la economía de todo el país. Según el informe de la FGV (2020), se puede observar que el impacto económico de la pandemia en el sector turístico brasileño suma una caída del 38,9%, con una pérdida de 116,7 mil millones de reales. Por lo tanto, para que haya un crecimiento significativo en este segmento, el Turismo necesita crecer alrededor del 16% en los años siguientes 2022 y 2023 para volver a su máxima ganancia económica esperada de R\$ 259,4 mil millones, que fue prevista para 2021.

Sin embargo, esta clase se refiere a las medidas gubernamentales que pretenden minimizar los impactos negativos en la actividad. Una de estas iniciativas se refiere a las medidas del gobierno federal para proteger el empleo y las micro y pequeñas empresas, a través de incentivos en la empresa para que los turistas reprogramen sus viajes, el sello de prevención sanitaria de los establecimientos, el distanciamiento en aeropuertos, estaciones de autobuses, así como medidas para ayudar económicamente a las pequeñas empresas. Esta preocupación está relacionada con el grave impacto social que generó la pandemia de coronavirus, con un descenso de entre el 58% y el 78% en las llegadas de turistas internacionales, y el compromiso estimado de entre 100 y 120 millones de empleos directos en el sector (FGV, 2020). Según Costa y Sonaglio (2017), los ámbitos de intervención de la gestión pública señalan que corresponde a los "poderes públicos desarrollar políticas, mantener el orden social y el progreso económico" en momentos de graves incertidumbres y crisis, como la que encuentra el país en 2020.

Ante estos datos, se infiere que una de las mayores preocupaciones de la gestión pública del turismo, en el ámbito económico, es la alta tasa de desempleo generada por el cierre de pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas en el país y los efectos de esto para los diferentes sectores de la sociedad, provocando la búsqueda de medidas para minimizar este problema, lo que explica la fuerte correlación de las palabras "inicio", "máximo", "porcentaje", "federal" y "recordar". Entre las medidas tomadas destaca la campaña "¡No canceles, reprograma!", que anima a los turistas que tenían sus viajes comprados cerca de la pandemia a reprogramarlos gratuitamente, y el sello sanitario en las empresas que están siguiendo las normas de la OMS.

Según el MTUR (2020), en el mes en el que se decretó la pandemia mundial, los ingresos del sector servicios disminuyeron un 6,9%, y en Turismo un 30% en febrero, con una enorme retracción en los segmentos de alimentación y bebidas y medios de alojamiento. Esta información corrobora la situación actual de la pandemia, ya que parte de la población se ha adherido al aislamiento social, a excepción de los que siguieron trabajando de forma presencial, lo que hace que una gran parte de ellos consuma en sus casas, debido a que aún está prohibida la apertura de estos segmentos en la mayoría de los estados.

En segundo lugar, la clase 2 se denominó "Medidas de orientación turística". Esta clase explica el 25,52% del corpus total y está formada por 8 palabras estadísticamente significativas: necesitar ($\chi^2 = 45,55$), trabajar ($\chi^2 = 31,48$), generar ($\chi^2 = 23,57$), pasajero ($\chi^2 = 18,53$), explicar ($\chi^2 = 18,3$), receptivo ($\chi^2 = 17,63$), buscar ($\chi^2 = 16,8$) y cancelar ($\chi^2 = 15,67$). Esta clase agrega términos más alineados con la

actuación de la gestión pública ante el escenario de crisis sanitaria, especialmente en lo que se establece como necesidad de acciones para la reanudación de la actividad y orientación a los turistas. Se puede observar en la Tabla II que las frases están relacionadas con las medidas de orientación al turista previamente organizado para la reanudación de las actividades turísticas de forma segura, dando más confianza al turista generando un aumento en el número de visitantes en la post-pandemia.

Específicamente, evidencia algunas propuestas y protocolos puestos en marcha y monitoreados por la gestión pública, tales como: la adopción de protocolos de salud; el empoderamiento de los empleados a través de capacitaciones y asesorías; la comunicación con la sociedad a través de las empresas que trabajan con el Turismo y con los turistas; el sello de Turismo que presenta las prácticas higiénicas para cada segmento turístico; el plan de promoción del destino; el cronograma; y los alineamientos con el gobierno de cada estado (Senac, 2020).

El plan de recuperación del sector turístico, así como de otros sectores que impulsan la economía, se basa en cuatro fases, cada una de ellas de 14 días de duración. De este modo, se podrá observar si hay un crecimiento de la curva de COVID-19 y, si es así, se tomarán nuevas medidas para que se conserven las vidas. También se ofrecerá capacitación a los sectores turísticos para que se cumpla todo el protocolo de vigilancia sanitaria, mostrando al turista que el Estado está preparado para recibirlo con seguridad (Gullo, 2020).

Además, la reanudación del sector del turismo debe ocurrir gradualmente a través de la construcción de un plan desarrollado en colaboración con Setur y para que esto ocurra debe haber una integración de bares, restaurantes y similares, para que puedan volver al mercado abarcando un aumento en el número de visitantes/turistas. En la reanudación, sólo una parte podrá funcionar y seguirá las normas de la OMS para que los clientes se sientan seguros en estos lugares turísticos. También es importante señalar que el turismo interno crecerá más que el externo, debido a que muchos turistas no se animan a hacer viajes largos y prefieren los viajes en sus medios de transporte, que ofrecen más seguridad (Meca & Gedoz, 2020).

Otro factor de extrema importancia es la creación de la aplicación dirigida a los turistas que viajan. En el momento en que se descargue, localizará vía satélite dónde se encuentra y si el turista necesita un servicio de emergencia, el equipo saldrá a atenderle (Mtur, 2020). Todo este análisis demuestra que el gobierno busca minimizar los problemas del sector turístico y fomenta la concienciación de todos los actores sociales implicados, para que la reprogramación de los viajes se realice y el turista no tenga que cancelarlo.

En tercer lugar, la clase 3 se denominó "Planificación del pre-retorno turístico". Esta clase explica el 36,49% del corpus total y está formada por 11 palabras estadísticamente significativas: turista ($\chi^2 = 84,94$), reunir ($\chi^2 = 27,72$), realizar ($\chi^2 = 21,26$), entregar ($\chi^2 = 21,18$), sanitario ($\chi^2 = 20,07$), crear ($\chi^2 = 20,01$), ofrecer ($\chi^2 = 19,51$), elaborar ($\chi^2 = 17,61$), bioseguridad ($\chi^2 = 17,34$), COVID-19 ($\chi^2 = 16,65$) y plan ($\chi^2 = 15,99$). Esta clase agrupa la planificación turística previa al retorno y las expresiones que se refieren al retorno seguro, mediante la adopción de protocolos sanitarios y de bioseguridad, para todos los segmentos turísticos.

Los segmentos turísticos deben seguir los estándares de medidas de seguridad de su estado, para que el Turismo pueda organizarse y volver a tener un flujo turístico con total seguridad para sus turistas, visitantes y su comunidad local. Por ejemplo, según el Senac (2020), en la política de reanudación del turismo, los temas de bioseguridad están siendo discutidos y evaluados por cada una de sus secretarías de turismo, tales como el llenado de la declaración de salud donde todos los visitantes/turistas deben reportar la presencia o ausencia de síntomas a la entrada del medio de alojamiento; las medidas básicas que deben adoptar las empresas y los servicios turísticos como el lavado de manos, la etiqueta respiratoria y la conducta social.

Aun así, se están tomando algunas medidas por parte de los establecimientos turísticos y, en concreto, están relacionadas con la creación o la implantación de sellos como: el de Turista Protegido y el de Turismo Responsable. Estos sellos sirven para demostrar que los establecimientos siguen las prácticas de bioseguridad contra el COVID-19 y pretenden dar más seguridad a los turistas en relación con los protocolos exigidos por la OMS. Así, para garantizar la seguridad de la población local y de los turistas, los huéspedes deben llevar mascarillas, excepto dentro de la habitación del hotel, así como realizar la higiene de las manos con el uso de alcohol en gel y, sobre todo, mantener la distancia social en todas las zonas del establecimiento (Gullo, 2020).

Por último, la clase 4 se denominó "Boom postturístico". Esta clase explica el 13,74% del total del corpus y está formada por 14 palabras estadísticamente significativas: participar ($\chi^2 = 113,3$), amazonas_amazonastur ($\chi^2 = 88,04$), amazon ($\chi^2 = 83,33$), estatal ($\chi^2 = 37,8$), integrar ($\chi^2 = 88,89$), desarrollar ($\chi^2 = 37,47$), promocional ($\chi^2 = 31,57$), turismo_SETUR ($\chi^2 = 20,41$), higienizar ($\chi^2 = 18,63$), virtual ($\chi^2 = 18,26$), fomentar ($\chi^2 = 16,2$), online ($\chi^2 = 15,65$), productivo ($\chi^2 = 15,65$) y sitio web ($\chi^2 = 13,96$).

La Clase 4 agrupa los términos que se refieren a las acciones más específicas adoptadas, o compartidas, por las secretarías de Estado de Turismo, especialmente el post-retorno del turismo informando las nuevas medidas

implementadas en los destinos turísticos para el retorno de las actividades turísticas con seguridad. Según Clemente et al., (2020), cualquier cambio que se produzca en la dinámica adoptada por la cadena productiva del turismo le afectará, sea cual sea su segmento turístico. Por lo tanto, el desarrollo de acciones, promociones y la participación del comercio turístico es de extrema importancia para la reanudación del turismo, y en el momento de su regreso, las acciones promocionales y virtuales pueden ayudar en su reanudación.

Tabla 2: Segmentos de texto más representativos de cada clase.

X ²	Segmentos de Texto
Clase 1 - Contracción del turismo	
77,41	"En cuanto a los precios cobrados por los productos o servicios, un total del 39% de los empresarios redujo las cantidades cobradas anteriormente".
34,8	"Por lo tanto, estamos buscando todas las alternativas posibles para reducir este impacto negativo, de manera que el sector sea capaz de sobrevivir a este delicado periodo y volver a crecer más adelante", subrayó el presidente.
26,47	"Las empresas del sector turístico y de eventos también se están beneficiando del paquete económico anunciado por el Gobierno Federal y Estatal para paliar las pérdidas debidas a la crisis provocada por la nueva pandemia de coronavirus".
23,13	"Se está indicando a los guías turísticos, conductores de vehículos y de transporte acuático, que informen a los turistas antes de iniciar cualquier actividad turística sobre los protocolos, cambios y restricciones".
16,61	"Otra iniciativa es el apoyo y el fomento de la campaña "No canceles, reprograma", destinada a evitar la quiebra de empresas y el desempleo".
Clase 2 - Medidas de orientación al turista	
45,55	"En el momento en que esta persona se descargue la aplicación, estará localizada allí donde se encuentre. Los profesionales harán un seguimiento en tiempo real y si el turista necesita, por ejemplo, una atención médica de urgencia, automáticamente un equipo de FVS ya sale a realizar la atención".
31,48	"Necesitamos esta información para trabajar en el proceso de reactivación del sector que ayudará a todos los implicados en la actividad turística y dará mayor confianza para el retorno de los turistas".
23,57	"Los principales destinos turísticos están trabajando en la construcción de la planificación que está desarrollando la Setur y el sector productivo del Turismo para generar un aumento de visitantes post pandemia".
17,63	"En este momento el reto, es mostrar a la gente que el estado está preparado para hacer todo el receptivo turístico de forma segura".
15,67	El gobierno está trabajando para minimizar los problemas y apoyar al sector. Pero hace falta que los implicados tomen conciencia, buscando

	reprogramar y no cancelar.
Clase 3 – Planificación antes del retorno de la actividad turística	
84,94	"El sello es un incentivo para que los consumidores se sientan seguros cuando viajan y frecuentan lugares que cumplen con protocolos específicos de prevención de Covid_19 en el destino turístico visitado."
27,72	"El superintendente debe reunirse con autoridades y agentes de los municipios para promover el turismo de manera regionalizada y ganar fuerza por parte de los representantes del sector hotelero, restaurantes y agencias de viajes e instituciones que trabajan directamente con el turismo."
21,26	"Los huéspedes deberán llevar mascarilla excepto dentro de la habitación, realizar una higienización frecuente de las manos con alcohol en gel y cumplir con el distanciamiento social en todas las áreas".
20,07	"Los protocolos sanitarios enumeran adecuaciones que consideran prioritarias en el sector, en los medios de alojamiento, las agencias, en el acceso a las atracciones y en la promoción del destino turístico. Para garantizar la seguridad de la población, los protocolos sanitarios deben ser seguidos por todos los ciudadanos."
17,34	"Con el fin de facilitar la reanudación de las actividades seguras, se creó el manual de orientación para la reanudación segura con el fin de orientar a los empresarios sobre cómo proceder en materia de bioseguridad".
Clase 4 – Reactivación de la actividad turística	
113,3	"En las comunidades indígenas, por ejemplo, estamos sugiriendo que, a la entrada de la oca, se disponga de alcohol en gel para la higiene de las manos y que se exija una distancia de un metro entre los visitantes, que no podrán participar en las danzas, degustar alimentos tradicionales o tomar fotografías cerca de los miembros de la comunidad."
88,04	"La Compañía Estatal de Turismo de Amazonas_Amazonastur actúa para recalentar el mercado turístico en el estado y, para ello, entre otras acciones, ha participado en eventos de formación virtual dirigidos a operadores turísticos nacionales e internacionales."
49,72	"Diez operadores turísticos del mercado mexicano fueron capacitados, por el Gobierno del Estado, a través de la Compañía Estatal de Turismo de Amazonas_Amazonastur, sobre el potencial turístico del estado más preservado de Brasil. La ruta de los hoteles de la selva amazónica es una de las salidas señaladas por los agentes durante el periodo post-pandémico de Covid_19".
43,33	"El director general de la Fundación de Turismo y también presidente del Foro Nacional de Secretarios y Directores de Turismo_Fornatur, Bruno Wendling, habla de que es el momento de integrar la fuerza de los destinos para contribuir, voluntariamente, en este momento de retorno de las actividades turísticas."
31,57	"Entre las estrategias presentadas en el retorno del turismo están el Protocolo de Bioseguridad de los Servicios Turísticos; la nueva planificación promocional y de infraestructura de las potencialidades turísticas; el asesoramiento a los municipios, entre otras iniciativas."

Fuente: Segmentos de texto extraídos del *corpus* textual.

Así, los establecimientos turísticos están en un momento de reinventarse, de nuevas visiones estratégicas para superar los problemas generados por la pandemia, teniendo que utilizar nuevas tecnologías para el perfeccionamiento de sus servicios y seguridad, y asimismo hacer uso de internet para divulgar todos esos cambios hechos en los establecimientos, de modo que puedan transmitir mayor seguridad al turista y visitante (Beni, 2020). Para tener éxito, todos los profesionales de las más diversas áreas y segmentos del turismo deben estar cualificados y demostrar seguridad en esa “nueva normalidad”.

Por lo tanto, el reto es integrar las fuerzas para contribuir a este retorno de las actividades turísticas y entre las acciones desarrolladas está la participación en eventos virtuales nacionales e internacionales, el desarrollo de itinerarios en el espacio al aire libre y la higienización de todos los involucrados, así como la distancia de un metro entre los visitantes y la comunidad local, por lo que algunas actividades turísticas como el baile, la degustación y las fotos están prohibidas. En definitiva, aplicar medidas higiénico-sanitarias facilitadoras de la seguridad.

4.3 Análisis de la Representación de los Factores

Por último, este estudio elaboró el Análisis de Correspondencia de Factores (FCA) para confrontar las correlaciones entre las clases y cómo se presentan las palabras de cada clase en un plan factorial.

El resultado es que las clases no están correlacionadas, lo que indica que cada una tiene su importancia, sin embargo, no están interrelacionadas mostrando que el desempeño de la gestión pública en un contexto de crisis y post-crisis experimentó problemas para estructurar su planificación. Se sabe que es responsabilidad del gobierno implementar políticas públicas que orienten y den la estructura necesaria a la iniciativa privada a través de un escenario de crisis y recuperación (Costa & Sonaglio, 2017). Sin embargo, los resultados indican que la falta de información y las escasas acciones de la gestión pública en la intervención de la crisis afectaron a los diferentes sectores económicos y sociales, y especialmente al Turismo.

Además, la representación factorial analiza los temas a través de las palabras relacionadas con los impactos económicos derivados de las medidas sanitarias para contener la propagación del COVID-19, la reanudación del turismo, el turismo post-retorno, el afrontamiento de la pandemia, la campaña de reprogramación de viajes y la seguridad para el retorno post-pandémico en las empresas turísticas.

En resumen, son visibles los problemas causados al sector turístico derivados de la pandemia de COVID-19 y los comentarios de los sitios web de las secretarías muestran que

las acciones de reanudación para los establecimientos turísticos se están produciendo de forma gradual y puntual, así como que las estrategias y acciones son todavía superficiales y se refieren a los diversos sectores turísticos, presentando algunas acciones efectivas, tales como: sello, cuestiones de bioseguridad, protocolos de salud y promociones.

5. CONSIDERACIONES FINALES

El presente estudio tuvo como problemática analizar cómo se produce la actuación de la gestión pública en Brasil, en la Secretaría de Turismo de los estados brasileños, en el momento de crisis provocada por la pandemia del nuevo coronavirus. A partir de los hallazgos, se encontró que los sitios web institucionales son importantes canales de comunicación e información sobre políticas públicas y propuestas que demuestran la actuación del poder público estatal en la intervención en la problemática de la pandemia del coronavirus, ayudando también al turista con noticias de los estados sobre cómo está el control de la pandemia.

Las principales conclusiones de la investigación revelan que las secretarías abordan la relación entre la reanudación del turismo y el COVID-19 desde cuatro perspectivas dadas por: "Reanudación del turismo", "Medidas de orientación turística", "Planificación del turismo previo a la reanudación" y "Turismo posterior a la reanudación".

Este estudio identificó tres lagunas en la actuación de las secretarías de Estado de Turismo en cuanto a la gestión en tiempos de crisis, a saber:

- Pocas acciones tomadas en la pre-reanudación del turismo: las acciones de la gestión pública, con respecto a la intervención en el problema generado por el coronavirus pandémico en los destinos turísticos brasileños, es todavía embrionaria y puntual, especialmente en lo que respecta a la implementación de acciones más eficaces para minimizar los impactos;

- Post reanudación del turismo: muchas de las informaciones y posts de las secretarías de Estado de Turismo se caracterizan más por ser noticias sobre la reanudación del turismo, pero sin dejar claro qué medidas se están tomando para controlar el virus, salvo el sello creado para demostrar que los entornos están siguiendo los requisitos sanitarios y fomentando el retorno a través de la promoción, según el análisis del corpus textual de los posts, que se puede detectar por los términos "fomentar", "promocionar", "estado" y "participar"; medidas de orientación para el turista y el turismo x la pandemia. Términos como "cancelar", "explicar", "informar", "reducir" en una clase relacionaron las palabras que más se acercaron a las medidas de orientación para un posible retorno del turismo para que no se hiciera la

cancelación sino la reprogramación para no afectar tanto al segmento turístico. Sin embargo, las palabras centradas en el turismo y la pandemia muestran que las acciones del gobierno todavía se producen en segmentos turísticos específicos y no en los destinos turísticos, lo que puede generar un miedo en los turistas a volver a hacer turismo;

A partir de estas lagunas, el estudio sugiere una agenda de investigación, presentando tres preguntas de investigación para estimular a los investigadores a desarrollar futuras investigaciones, ellas son:

"¿Qué acciones debe desarrollar la gestión pública para minimizar las intervenciones en los destinos turísticos brasileños que fueron impactados en gran escala por la pandemia del coronavirus?";

"¿Qué estrategias y acciones pueden considerar los poderes públicos para comprometer a las empresas turísticas post-pandémicas para que los turistas regresen a los destinos turísticos?"; y

"¿Cuál es el impacto de las acciones para reanudar el Turismo en la economía de Brasil y cómo fueron asistidas dichas acciones a través de las políticas públicas?".

Por último, este estudio no está exento de limitaciones y la mayor radica en la imposibilidad de asegurar resultados generalizados para las Secretarías de Turismo, ya que los sitios web de 14 secretarías no presentaban ninguna información sobre las acciones para abordar el COVID-19. Además de lo señalado, es importante destacar que, aunque en Brasil se haya iniciado la vacunación, la misma está sucediendo a pasos lentos, lo que dificulta el retorno del turismo en el país, por lo que se hace necesaria la aplicación de la bioseguridad en las localidades donde el COVID-19 se observa más controlado.

6. REFERENCIAS

- AGUIAR, L.; & BARSOTTI, A. (2017): Clássicos da Comunicação. *Os Teóricos de Peirce a Canclini*. Petrópolis: Vozes.
- BENI, M. C. (2020): "Turismo e COVID-19: algumas reflexões". *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12 (3-Especial Covid19), 1-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>.
- BUTLER, R. (2020): "Tourism – resilient but vulnerable as “the times they are a changing” in the “new normality”", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 12 (6) 663-670. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2020-0063>.
- CLEMENTE, A. C. F.; De ANDRADE, L. G.; STOPPA, E. A.; & SANTOS, G. E. de O. (2020): "Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo". *Revista Cenário*, 8 (14), 73-85.

- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS SERVIÇOS E TURISMO (2020): Perda de receita do setor turístico durante a pandemia. Acesso em: 22 julho 2020. Acessível em: <http://www.sistemafecomercio-rj.org.br/noticias/Turismo>.
- COSTA, S. P.; & SONAGLIO, K. E. (2017): Gestão do Turismo em tempos de crise e vulnerabilidades. *Revista de Turismo Contemporâneo – RTC*, Natal, 5 (1), 98-117.
- FERREIRA, M. L. A.; GRACIANO, P. F.; LEAL, S. R.; & DA COSTA; M. F. (2019): “Noite de terror na Cidade Luz: os atos terroristas em Paris e a avaliação da imagem de destino por turistas brasileiros”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 19-39. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1445>.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (2020): Impacto econômico do COVID-19: propostas para o Turismo brasileiro. Editora da FGV.
- GULLO, M. C. R. (2020): “A economia na pandemia COVID-19: algumas considerações”. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 – Especial Covid 19), 1-8. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a05>.
- LONCARIC, D.; BASAN, L.; & MARKOVIC, M. G. (2013): Importance of Dmo Websites in Tourist Destination Selection. 23rd CROMAR Congress, *Congress Proceedings Marketing in a Dynamic Environment – Academic and Practical Insights*, 13, 373-385.
- MECCA, M. S. & GEDOZ, M. G. do A. (2020): “Covid19: reflexos no turismo”. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 – Especial Covid 19), 1-5. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a06>.
- MELO, F. V. (2013): “Websites as a promoting tool for the identity of touristic destinations”. *TURyDES*, 6(14), 1-17. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/14/restaurantes.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2019.
- MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL (2012): Como construir cidades mais resilientes: um guia para gestores públicos locais. Acesso em: 11 maio 2020. Acessível em: https://www.unisdr.org/files/26462_guiagestorespublicosweb.pdf.
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2020): Manual sobre o Coronavírus, 4. Acesso em: 13 maio 2020. Acessível em: http://www.Turismo.gov.br/images/manuais/Manual%20Coronav%20-%2001_05.pdf.
- PANROTAS (2020): Turismo e COVID-19. Acesso em: 15 julho 2020. Acessível em: <https://www.panrotas.com.br/coronavirus/economia-e->

-
- politica/2020/06/Turismo-perde-r-90-bilhoes-e-727-mil-empregos-no-brasil-em-3-meses_174223.html.
- PARRA, E. G. (2015): *Terrorismo y Turismo*. Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques, Universitat Jaume I. Castellón, Espanha.
- ROHLF, F. J. (1970): “Adaptive Hierarchical Clustering Schemes”. *Systematic Zoology*, 19(1), 58–82. <https://doi.org/10.1093/sysbio/19.1.58>.
- REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO (2020): *Sondagem empresarial dos impactos do COVID no setor do Turismo no Brasil: apresentação dos resultados. Observatórios participantes da sondagem: Observatório e Turismo do Paraná et al.*
- RICHARDS, G.; & MORRIL, W. (2020): “Motivations of global millennial travelers”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14 (1), 126-139, Jan. / Apr. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1883>.
- SAMITAS, A.; ASTERIOU, D.; POLYZOS, S.; & KENOURGIOS, D. (2018): “Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece”. *Tourism Management Perspectives*, 25, 23-28. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.005>.
- SENAC (2020): Plano básico de segurança sanitária para retomada do Turismo no Rio Grande do Norte: Natal.
- SOUZA, M. A. R.; WALL, M. L.; THULER A. C. M. C.; LOWEN, I. M. V.; & PERES, A. M. (2018): “The use of IRAMUTEQ software for data analysis in qualitative research”. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 52. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1980-220X2017015003353>.
- TITO, A. L. A.; & De ARAÚJO, M. V. P. (2019): “Estudos sobre gestão de crises no Turismo: abordagens e contextos”. *Revista Rosa dos Ventos*. 11(2).