

Coletânea Turismo

**Anderson Pereira Portuguez
Luiz Gonzaga Godoi Trigo**
(organizadores)

TURISMO E SAÚDE GLOBAL

**Pandemia, pandemônio e novos rumos
para o setor no Brasil e no mundo**



**Anderson Pereira Portuguez
Luiz Gonzaga Godoi Trigo**
(organizadores)

TURISMO E SAÚDE GLOBAL
Pandemia, pandemônio e novos rumos
para o setor no Brasil e no mundo

**Ituiutaba, MG,
2021**



© Anderson Pereira Portuguez / Luiz Gonzaga Godoi Trigo (organizadores), 2021.
Editor da obra: Mical de Melo Marcelino.
Arte da capa: Anderson Pereira Portuguez.
Diagramação: Alisson José de Lima.

Editora Barlavento
CNPJ: 19614993000110. Prefixo editorial: 87563 / Braço editorial da Sociedade Cultural e Religiosa Ilê Àse Babá Olorigbin.
Rua das Orquídeas, 399, Residencial Cidade Jardim, CEP 38.307-854, Ituiutaba, MG.
barlavento.editora@gmail.com

Conselho Editorial – Grupo Turismo
Todas as obras da Editora Barlavento são submetidas a pelo menos dois avaliadores do Conselho Editorial.

Editora-chefe: Mical de Melo Marcelino

Pareceristas brasileiros

Dr. Rosselvelt José Santos

Dr. Giovanni F. Seabra

Drnd. Bruno de Freitas

Dr. Jean Carlos Vieira Santos

Profa. Cláudia Neu

Dr. Antonio de Oliveira Jr.

Dr. Ricardo Lanzarini

Pareceristas internacionais

Dr. José Carpio Martín - Espanha

Dr. - Ernesto Jorge Macaringue - Marrocos

Msc. Mohamed Moudjabatou Moussa - Benin

Dra. Diamiry Cabrera Nazco - Cuba

Sucel Noemi Alejandre Jimenez - Cuba

Turismo e saúde global: pandemia, pandemônio e novos rumos para o setor no Brasil e no mundo. Anderson Pereira Portuguez / Luiz Gonzaga Godoi Trigo (organizadores). Ituiutaba: Barlavento, 2021, p. 274

ISBN: 978-65-87563-20-6

1. Espaço. **2.** Pandemia. **3.** Saúde. **4.** Desenvolvimento. **5.** Rural. **6.** Urbano.

I. PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **II.** TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi.

Data de publicação e postagem: 27/05/2021

Todos os direitos desta edição foram reservados aos autores, organizadores e editores. É expressamente proibida a reprodução desta obra para qualquer fim e por qualquer meio sem a devida autorização da Editora Barlavento. Fica permitida a livre distribuição da publicação, bem como sua utilização como fonte de pesquisa, desde que respeitadas as normas da ABNT para citações e referências.

REFLEXÕES SOBRE RESIDENTES, TURISTAS E ESPAÇOS PÚBLICOS PÓS - COVID-19

*Cristiane Alcântara de Jesus Santos
Antonio Carlos Campos*

Introdução

Os espaços públicos se caracterizam como espaços de lazer e sociabilidade utilizados principalmente pelos residentes para a prática de numerosas atividades de descanso, entretenimento, encontro com a natureza, principalmente impulsionados pela busca da qualidade de vida. Estes espaços também se configuram simbolicamente, em muitos casos, como cenário das lutas sociais.

Historicamente, os espaços públicos foram adquirindo novas dimensões e significados. Como exemplo, podemos mencionar os parques e jardins públicos, que estão inseridos na estrutura urbana de muitas cidades turísticas desde o século XVI. Naquele momento, o objetivo dos parques e jardins era de tornar os espaços das cidades mais bonitos, agradáveis, oferecer qualidade de vida e, principalmente, enquanto espaço de lazer para a aristocracia. Capel (2002, p.5, tradução nossa) mencionou que até o século XVIII, os jardins e parques públicos eram “paraísos privados, construídos pela realeza, a aristocracia e, mais tarde, a burguesia para seu uso particular. Lugares para o descanso e retiro deleitoso, para a alegria privada e o jogo amistoso, para a ostentação e o repouso”. Seus usos foram intensificados no século XIX, uma vez que "os jardins e, depois os parques, foram equipamentos de grande transcendência nas

idades, com importantes implicações na vida social" (CAPEL, 2002, p. 5, tradução nossa).

Atualmente, e principalmente em tempos da pandemia do Covid-19, planejadores e gestores de cidades que buscam a sustentabilidade e a renovação urbana estão refletindo sobre a importância dos espaços públicos, sobretudo, enquanto espaços que promovem a convivência e a funcionalidade social. No entanto, os espaços públicos estão estrategicamente alocados em determinadas partes das cidades através de políticas públicas utilitaristas, especialmente impulsionados pelo apelo do city marketing, vez que os discursos arquitetônicos apontam sua existência como essencial para a melhoria da qualidade de vida do cidadão, beleza estética, integração social, etc. (SERPA, 2007). Desta forma, estes espaços surgem de intervenções urbanas centradas em certas concepções de políticas urbanas globais e locais, nas quais se introduzem símbolos, para reforçar ou legitimar a importância destes espaços.

Mesmo assim, os espaços públicos vêm assumindo excelência, como local de grande concentração de atividades de lazer, e onde estas são geralmente implementadas de forma mais fragmentada e articulam a lógica da convivência urbana entre grupos sociais diferentes e de cidadania. Essa relação se torna extremamente complexa, pois influencia a organização espacial da cidade e contribui para a definição tipológica de algumas estruturas e conteúdos espaciais.

Segundo Silva (2007, p. 37),

Da mesma forma que o lazer é uma recompensa pós-trabalho, que deve ser separada dele como algo a ser alcançado, a organização das cidades para o lazer no entorno da cidade do trabalho pode ser entendida

como uma rede de apoio ao lazer. do pólo produtor, cumprindo a função de praça ou parque urbano em escala regional.

Partindo desse pressuposto, os espaços públicos adquiriram características que lhes são atribuídas como espaços naturais de consumo por residentes e turistas, uma vez que esses sujeitos sociais compartilham experiências neste espaço e contribuem para a sua produção/ reprodução. De fato, é neste misto de convivência e conflito que o direito à cidade oportuniza ou dificulta a comunidade local participar das ações e decisões, bem como dos usos e apropriações dos espaços públicos (HARVEY, 2012). Mesmo assim, esse direito “não pode ser concebido como um simples direito de visita ou retorno às cidades tradicionais. Só pode ser formulado como um direito à vida urbana [...]” (LEFEBVRE, 2008a, p. 117).

De fato, os espaços públicos devem se configurar como espaços de múltiplas convivências: sociais, políticas e culturais, uma vez que as práticas que ocorrem nesses espaços partem do cotidiano e de diferentes modos de viver. Em outras palavras, os espaços públicos devem ou melhor, deveriam, em sua plenitude, ser concebidos como de usufruto de todos os cidadãos.

Ao mesmo tempo, os espaços públicos são utilizados para práticas turísticas, visto que têm potencial para serem apropriados pelo/ para o turismo. A partir dessa apropriação, a demanda turística pode descobrir novos espaços de lazer que caracterizam e revelam aspectos dos destinos turísticos. Borja e Muxí (2000, p. 11, tradução nossa) apontam que “o espaço público tende fundamentalmente à mistura social, faz do seu uso um direito cidadão de primeira ordem, portanto o espaço público deve garantir em termos de igualdade a apropriação pelos diferentes grupos sociais e culturais, de gênero e de idade”.

No entanto, apesar dos espaços públicos serem amplamente entendidos como pertencentes a/ para todos os cidadãos, valores sociais são impostos à forma como esses espaços são utilizados. Quando indivíduos ou grupos sociais objetivam romper os usos programados destinados aos equipamentos públicos, são identificados como geradores de contra-usos (LEITE, 2007). A partir disso, inúmeros conflitos e disputas se estabelecem no espaço, fortalecendo as relações de poder, de diferenciação e/ ou elitização.

Assim, este artigo tem como objetivo discutir as apropriações e usos do espaço público em cidades turísticas, na perspectiva da tríade visitante - espaço público – residente considerando o atual contexto da pandemia COVID-19. Metodologicamente, utilizamos o levantamento bibliográfico, o que facilitou a definição do referencial teórico sobre o espaço público. Essa discussão é bastante pertinente, seja com ênfase nos destinos turísticos que ainda estão em processo de consolidação, em que algumas de suas práticas são orientadas por modelos adotados em destinos já consolidados; seja em destinos já consolidados.

O cerne da discussão parte do pressuposto de que essa tríade gera impactos que afetam diretamente o processo de produção socioespacial e, sobretudo, as práticas sociais de turistas e residentes. Além disso, apontamos a necessidade de traçar alternativas que possibilitem experiências e convivência em espaços públicos após a pandemia COVID-19, com o objetivo de buscar o desenvolvimento turístico harmonioso e exitoso, uma vez que o turista, em muitos casos, determina a qualidade dos bens e serviços que consomem, ou seja, o turista intervém diretamente ao impor suas expectativas. Assim, o desafio consiste

em compatibilizar os usos turísticos e os valores atribuídos a estes espaços pelos residentes em uma nova era marcada por novos padrões e relações sociais impostos pelos novos hábitos adquiridos durante o período pandêmico.

A tríade visitante – espaço público – residente

A cidade produzida sob os auspícios do capitalismo apresenta a desigualdade socioespacial como um fator intrínseco, o que resulta no estabelecimento da atual crise urbana que impacta nas mais diversas facetas da vida da cidade, principalmente no que diz respeito a privação de moradia e lazer para as populações e grupos sociais desfavorecidos e marginalizados. Enquanto, ao contrário, uma pequena elite exacerba a acumulação e o poder de capitais distintos e, normalmente, se apropria das melhores áreas das cidades, ou seja, que apresentam mais condicionantes naturais e de lazer.

Este cenário reflete-se diretamente na (re) produção espacial e no consumo dos diversos elementos existentes nas cidades, a exemplo dos espaços públicos, uma vez que os fortes processos de reestruturação em alguns desses espaços para transformá-los em espaços de lazer e o turismo, implicam na melhoria de partes específicas da cidade. Vainer (2000), ao analisar os conflitos de interesses contidos na produção do espaço, aponta que a cidade e seus fragmentos estão configurados como bens, colocados à venda em um competitivo mercado, em que os consumidores (clientes) seriam os primeiros capitalistas, mas também turistas e indivíduos que escolhem onde investir, passear e morar.

Na verdade, como já disse De Certeau (1984), o espaço é um lugar exercido, ou seja, os cidadãos, enquanto agentes que

contribuem para a produção do espaço, buscam suas próprias experiências a partir da perspectiva de seus objetivos. Assim como outros agentes produtores de espaço, a exemplo do Estado, que se configura como um agente abstrato, mas obedece a uma lógica tecnocrática e de *marketing* em seus investimentos para a produção do espaço urbano que privilegia uma determinada classe – a detentora do capital -, em meio aos conflitos de interesses de diferentes pessoas e negligenciando as demandas dos grupos sociais excluídos (CORRÊA, 2000).

Os valores sociais dominantes se impõem na forma de uso do espaço urbano, uma vez que quando são apropriados e dominados, os comportamentos, gestos, modelos de construção excluem/ incluem, determinam e direcionam fluxos, que

[...] há um conflito e um curioso mal-estar. Este espaço, por um lado, tende a um código único, a um sistema absoluto, o da troca e do valor de troca, do lógico e da lógica da coisa. Ao mesmo tempo, está repleto de subsistemas, códigos parciais, mensagens e significantes que não entram no procedimento unitário que esse espaço estipula, prescreve, inscreve em todos os sentidos (LEFEBVRE, 2008b, p. 151).

No entanto, é importante observar que, no espaço urbano, desenvolvem-se estruturas que são inerentes aos residentes, a exemplo dos locais de trabalho, de residência, de lazer e, inclusive, locais específicos para o consumo. De acordo com as ideias de Santos (1997, p. 48) “as cidades são criadas para a economia e não para os cidadãos”. Portanto, ingressamos, nesse momento, na perspectiva do espaço comercial, em que o espaço urbano é posto à venda nas “prateleiras”, principalmente do mercado imobiliário, resultante do neoliberalismo, “porque nos tempos atuais a cidade entrou em um processo de

enfraquecimento de seus espaços públicos e a privatização se tornou a norma” (LUQUE et. al, 2019, p. 113).

Assim, as cidades passam a ser vendidas sob o lema de promoção de crescimento e, mais recentemente, do desenvolvimento sustentável, com o intuito de favorecer os processos de acumulação de capital "isso significa dizer que o espaço se converte em uma mercadoria, entra no circuito de troca, e com ele os espaços antes estavam desocupados se transformam em mercadoria, entrando na esfera da comercialização” (CARLOS, 1999, p.175).

Portanto, não podemos deixar de considerar que alguns serviços que são elaborados ou instituídos para os residentes se adequam perfeitamente ao turista, a exemplo dos serviços de alimentos e bebidas (bares e restaurantes) e os espaços públicos, sejam praças, centros históricos, praias e orlas marítimas ou fluviais, parques urbanos, entre outros.

Partindo desse pressuposto, quando identificamos os serviços ofertados em uma cidade turística, percebemos que existe uma dualidade de ofertas que se destinam a atender a ambos os públicos: residentes e turistas. Portanto, deve-se analisar a formação ou a institucionalização de territórios turísticos, ou seja, territórios que se implantam com uma função específica - a função turística. A título de exemplo, podemos considerar os territórios presentes na orla das praias do nordeste brasileiro, dos quais o estudo específico da Orla da Praia de Atalaia, localizada no município de Aracaju, estado de Sergipe, aponta que esta orla enquanto espaço público e principal atrativo turístico da cidade, onde foram implantados serviços altamente especializados e distantes das condições reais de uma parte considerável dos moradores que não podem usufruir de alguns estabelecimentos.

Ao analisar os impactos territoriais do turismo na cidade de Aracaju e, especificamente, na Orla de Atalaia, Santos (2017, p. 204) afirma que

O aumento do fluxo turístico e os serviços exigidos pela sua expansão, nos últimos anos, têm provocado um processo de reestruturação espacial, principalmente das condições de infraestrutura do bairro Atalaia, caracterizando-o com uma funcionalidade direcionada para o lazer, a hotelaria e a gastronomia. Esta funcionalidade conferiu à área uma valorização específica, criando certa centralidade das atividades turísticas na cidade.

Assim, o Estado assume um papel contraditório na perspectiva de viabilizar um desenvolvimento socioespacial, pensado em bases que articulam identidades e culturas globais e locais, produzindo na Orla da praia de Atalaia, a desterritorialização do consumo produtivo local, ao passo que cria novos territórios de consumo global, convertendo a praia em um ambiente seletivo, onde alguns podem usufruir de bares e restaurantes com padrões específicos, entre outros serviços, enquanto a maior parte da população utiliza apenas as amenidades naturais: sol, areia e mar.

De forma geral, torna-se importante discutir que quando uma cidade planeja adotar o turismo como uma nova função competitiva economicamente (associada às demais funções que são inerentes a todas as cidades), é necessário observar que as práticas não podem ser inseridas de forma a gerar conflitos e desvantagens socioeconômicas e espaciais entre residentes e visitantes.

Zaar e Fonseca (2019, p. 489) apontam que,

Enquanto que para os moradores ou vizinhos (*hosts*), a cidade se constitui em um lugar de produção da vida, onde seus habitantes materializam seu cotidiano, e com isso desenvolvem uma relação de identidade e pertencimento; para a maioria dos visitantes (*guests*), a cidade se constitui em um lugar de consumo, de prazer e diversão.

É evidente que o turismo gera repercussões nos residentes, o que tornam sempre necessários estudos a respeito da percepção dos residentes sobre o turismo. No turismo, existem vários estudos sobre a percepção do turista sobre os locais visitados, mas poucos se preocupam com o olhar do residente sobre o turismo e os turistas.

Os principais estudos sobre o planejamento turístico ressaltam a importância da inserção da comunidade nesse processo, uma vez que os residentes não apenas habitam as localidades, mas interferem diretamente na produção socioespacial. Nesse sentido, Acerenza (1985) já destacava que a comunidade tem diferentes papéis nesse processo, uma vez que podem ser: a) cidadãos diretamente afetados pelo desenvolvimento; b) líderes de opinião pública; c) grupo de interesse especial (tanto social, como profissionais); d) comissões ou ligas de desenvolvimento local; e, e) comércio relacionado. A problemática dos gestores está em como promover a participação dos residentes no processo de planejamento do turismo. O mesmo autor sustenta que essa inserção pode ser promovida através de *referendum*, pesquisas de opinião pública, consulta popular; e, estudos de percepção e atitude. A seleção da melhor opção deve ser analisada sob a perspectiva particular de cada localidade.

Mesmo se tratando de uma discussão que Acerenza fez na década de 80 do século passado, ainda é bastante relevante para os dias de hoje, uma vez que existem, em todo mundo, destinos em processo de consolidação e muitas de suas práticas são pautadas por modelos adotados em destinos já consolidados. Ao tentar implementar modelos de outras realidades, não são analisados os possíveis impactos locais, a melhoria da prática turística e sequer as opiniões dos residentes e turistas.

Archer e Cooper (2002, p. 95) apontam que “o fluxo de turistas em uma região aumenta as densidades em que as pessoas vivem e supera a capacidade das instalações que devem compartilhar com a população local”. Assim, as discussões sobre o turismo local se fazem necessárias e induzem pensar nos seguintes questionamentos:

- Qual a cidade os residentes querem?
- Por que priorizar, no âmbito dos projetos, os espaços destinados às práticas turísticas em detrimento de outros espaços que também fazem parte da cidade?
- Como conseguir a convivência humana entre residentes e visitantes respeitando as limitações de cada um destes agentes?

Essas reflexões estão baseadas nas experiências de outros destinos que já estão além da fase de "desenvolvimento" do ciclo Butler. Como exemplo, podemos citar o caso da cidade de Sitges, localizada na costa do Mediterrâneo, mais especificamente na Catalunha, Espanha. Sitges é um destino consolidado no segmento de sol e praia, e nos últimos anos, a população local iniciou o movimento para resgatar o direito de uso dos espaços da cidade (FIGURA 1). É verdade que o processo de produção do espaço turístico nas áreas costeiras gera diversos conflitos,

principalmente do ponto de vista do uso dos espaços litorâneos por residentes e turistas.

Figura 1. Sitges. Registro de Protesto no Espaço Público



Foto: Cristiane Alcântara, novembro, 2016.

Assim como também podemos citar o caso da cidade de Barcelona, situada na Catalunha, Espanha. Nesta cidade, a Prefeitura Municipal tem desenhado estratégias, como a elaboração de Planos Turísticos Locais, a fim de tentar adequar o desenvolvimento turístico do território em função das suas próprias particularidades e necessidades a partir da perspectiva do desenvolvimento turístico sustentável.

É verdade que Barcelona é um dos principais destinos turísticos do mundo e está em fase de saturação, ou seja, merece uma análise mais complexa. Em diálogos informais com os moradores de Barcelona, um deles fez a seguinte afirmação: “Sinto que Barcelona não é mais minha cidade. Às vezes, aos domingos, saio para passear na rua e os turistas estão por toda parte. Há ruídos de várias nacionalidades. Os lugares estão sempre cheios. Sinto falta de andar tranquilamente”⁸.

Além do simples prazer de caminhar, outras questões prejudicam a relação entre turistas e residentes em Barcelona, como os casos dos alojamentos turísticos que consistem no aluguel de apartamentos por curtos períodos. Muitos dos residentes reclamam desse tipo de prática devido ao rodízio de pessoas, sobretudo, nos edifícios, que acarreta mudanças no cotidiano e, principalmente, porque aumenta os preços dos aluguéis para os barceloneses que ainda não conseguiram adquirir a casa própria. É verdade que os novos modelos de alojamento turístico oferecidos por plataformas especializadas, a exemplo do Airbnb e Booking.com, têm favorecido o aumento do fluxo turístico nas cidades, uma vez que há o incremento na oferta de alojamentos. Tais fatos também foram motivadores para os inúmeros protestos que aconteceram na cidade de Barcelona, sobretudo, contra o desenvolvimento do turismo de massa⁹ (FIGURA 2).

⁸ Relato de um residente de Barcelona extraído em conversa informal em dezembro de 2015.

⁹Para mais informação, consultar: http://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/Vecinos-Barcelona-Rambla-masificacion-turistica_0_606489470.html

Figura 2. Barcelona. Protesto Contra a Massificação Turística



Fonte: http://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/Vecinos-Barcelona-Rambla-masificacion-turistica_0_606489470.html

Embora essas manifestações não tenham tido um grande número de manifestantes, é verdade que são capazes de mobilizar a mídia e, conseqüentemente, disseminar informações e ideias sobre os impactos gerados pelo turismo urbano e, assim, passa a ser visto como um problema para uma grande parte da comunidade local nos destinos urbanos mais populares do mundo. Na verdade, como afirmam Cabrerizo et. al. (2016), o turismo se converteu em um fator chave para a conformação da cidade e esse fator tem gerado conseqüências adversas na população local, o que contribui para fortalecer a resistência ao processo de turistificação. Desta forma, os gestores públicos locais e de vários destinos começaram a discutir os efeitos

negativos do turismo, bem como a desenvolver planos e programas de mitigação, a exemplo do que vem acontecendo nas cidades de Veneza, Amsterdã, entre outras.

Com os exemplos de Barcelona e Sitges, quando pensamos nos usos dos espaços públicos nas cidades turísticas, podemos perceber que as dinâmicas de uso, consumo e apropriação desses espaços são distintas, o que não exclui a necessidade de estudos com os residentes, a fim de identificar suas percepções e aspirações sobre os usos turísticos dos espaços da cidade. De fato, torna-se necessário que os espaços públicos sejam funcionais, acessíveis e equipados de forma a aumentar a qualidade de vida dos cidadãos e a valorizar/potencializar seus usos (BORJA, 2002).

Além disso, é importante destacar as análises sobre o papel do Estado e suas formas de reduzir os espaços públicos a meros objetos de mercado, como é o caso de alguns parques públicos em muitas cidades do mundo, nos quais a lógica do capital se entende como uma mercadoria, que atende, principalmente, à especulação imobiliária, uma vez que servem para agregar valor à estruturação do espaço urbano cada vez mais conectada com o processo de acumulação do capital.

Dessa forma, compreendemos que o turismo, mesmo quando bem planejado, gera conflitos e impactos que tendem a prejudicar a imagem do destino e, sobretudo, a sustentação da atividade, uma vez que o turismo é constituído por práticas diversas (realizadas por turistas e residentes) que muitas vezes sobrepõem ao mesmo espaço.

Associado aos entraves que marcaram a última década, outro problema desencadeado em nível mundial afetou bruscamente as práticas turísticas: a pandemia do COVID-19. De

acordo com os dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), no mês de maio de 2020 houve uma redução de 98 % do turismo internacional devido às medidas restritivas adotadas pelos países, a fim de tentar conter a disseminação do vírus COVID-19¹⁰. Tais medidas se deram de distintas formas a partir das ideologias políticas-econômicas de cada país. Assistimos ao fechamento do Espaço Shengen na Europa, de fronteiras de diversos países e inclusive de limites estaduais e municipais a partir de março de 2020. Ao mesmo tempo em que percebemos a resistência por parte de muitos governantes em tomar medidas enérgicas que visassem à redução do número de contágios e, conseqüentemente, a disseminação do vírus em seus territórios.

Também estamos assistindo o descortinar de várias questões que se tornaram mais aparentes durante a pandemia: a) a segregação social (como manter o distanciamento social em um contexto em que muitos sequer têm onde morar?) ao passo em que outros querem burlar as regras para manter o convívio social; b) alguns setores foram mais afetados do que outros, o que torna a pandemia bem seletiva. Dentre os setores, destacamos o turismo, que depende do deslocamento espacial de pessoas para que a sua prática possa se desenvolver; c) diferenciação espacial, que se acentuou na medida em que os países que ocupam os primeiros lugares do *ranking* dos principais receptores de turistas internacionais foram os mais afetados na primeira onda do COVID-19 e voltaram a ser os mais afetados na segunda onda após às flexibilizações impostas pelos governos, principalmente entre aqueles países que buscaram recuperar as economias locais através do turismo, a exemplo da França e Espanha; e, d) o

¹⁰ Dados disponíveis em: <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>. Acessado em 26 de setembro de 2020.

colapso político-econômico-ideológico que afetou alguns dos principais países emissores de turistas, uma vez que apresentam números de vítimas mortais elevados, a exemplo dos Estados Unidos da América e Brasil. Fato que ocasionou o fechamento de fronteiras por parte de países europeus receptores.

É certo que como afirma Beni (2020, p.4) “a crise atual não é somente na saúde pública, ela é também e principalmente financeira, econômica, política e social, e não data de ontem”. Por isso, torna-se de suma importância refletir sobre os espaços públicos, uma vez que estes espaços sempre são concebidos para práticas de sociabilização. No entanto, nesse contexto pandêmico, em que os hábitos e comportamentos estão sendo modificados com a incorporação de práticas que requer o distanciamento social, pois “é especialmente no ambiente urbano que a transmissão do vírus se dá e por isso a estrutura e o comportamento das cidades são fundamentais [...]” (BUCKERIDGE; PHILIPPI JUNIOR, 2020, p. 141), é importante pensar na vida nas cidades após o período pandêmico. De fato, a prática turística requer uma vivência e convivência entre residentes e turistas, a fim de fortalecer e enriquecer a experiência turística.

Os desafios dos espaços públicos pós - COVID-19

Em seus estudos, Park (1979, p. 26, tradução nossa) afirmou que,

A cidade é mais do que um conjunto de homens individuais e conveniências sociais, ruas [...]. Antes, a cidade é um estado mental, um corpo de costumes e tradições e de sentimentos e atitudes organizados, inerentes a esses costumes e transmitidos por essa

tradição. Em outras palavras, a cidade não é simplesmente um mecanismo físico e uma construção artificial. Está envolvida nos processos vitais das pessoas que a compõem; é um produto da natureza e, particularmente, da natureza humana.

É com essa afirmação que iniciaremos esta seção falando sobre os desafios das cidades turísticas e dos espaços públicos diante da pandemia que assola todo o mundo desde o final de 2019. Como estabelecer regras para que o turista adote práticas responsáveis após esse período pandêmico? Como pensar os novos usos dos espaços públicos no momento do retorno pós-COVID-19, onde todos se depararão com a necessidade de aprender a viver a partir de uma 'nova normalidade'? Como afirma Carlos (2020a), a pandemia revoluciona os significados e os usos dos lugares da cidade porque colocou nossas vidas cotidianas de ponta cabeça.

Sem dúvida, o turismo mundial sofrerá (e já está sofrendo) por transformações substanciais que demandarão mudanças de paradigma que envolverá viagens, hospedagem, alimentação, visitas aos espaços turísticos, patrimoniais ou não, e visitas aos espaços públicos. Harvey (2020) ao analisar as políticas anticapitalistas na era COVID-19, aponta que as visitas internacionais passaram de 800 milhões para 1, 4 bilhão entre 2010 e 2018, o que, na perspectiva do consumo massivo, tem exigido investimentos em aeroportos, companhias aéreas, hotéis e restaurantes, eventos culturais, entre outros. “Este local de acumulação de capital está morto: as companhias aéreas estão perto da falência, os hotéis estão vazios e o desemprego em massa no setor hoteleiro é iminente. Comer fora não é uma boa ideia e os restaurantes e bares fecharam em muitos lugares” (HARVEY, 2020, p. 20).

Portanto, podemos afirmar que o turismo urbano está sendo muito afetado, uma vez que a cidade, como disse Park (1979), não é apenas um mecanismo físico. Na verdade, a cidade é formada por urbanidades que são reflexos de territorialidades urbanas, o que a torna viva. “Portanto, a cidade, mais do que arquitetura, é presença” (CARLOS, 2020a).

Com o novo cenário traçado pela pandemia, foram afetados 08 dos 10 principais países receptores de turismo, dos quais destacamos as principais cidades turísticas mundiais: Nova York, nos Estados Unidos da América; Paris, na França; Londres, na Inglaterra; Madrid e Barcelona na Espanha e Roma na Itália (ONU News, 2020). Assim, com o 'novo normal', em que, com o confinamento de seus residentes, as cidades tornaram-se espaços da interdição (CARLOS, 2020b) e o distanciamento social, as medidas sanitárias e de higiene tornam-se necessárias, as cidades turísticas em todo o mundo deverão adotar estratégias, se adaptar e implementar os protocolos de medidas na tentativa de minimizar os riscos contra a COVID-19 para que se tornem capazes de atrair visitantes novamente. Com isso, o turismo urbano poderá ser retomado assim que as cidades apontarem medidas de biosegurança biológica, que assegurem o cumprimento dos requisitos de higiene e limpeza para a prevenção e controle da COVID-19, já que a tendência atual aponta que os turistas vão procurar destinos que apresentem bons índices sociais de segurança, transparência, novas formas de regulação e gestão inteligente do espaço, onde se incluem os espaços públicos.

O turismo envolve viagens e vivência no destino escolhido para experiências sociais e culturais. E, muitas dessas experiências, acontecem em espaços públicos. São nesses espaços que as pessoas se (re) conhecem, vivenciam a cultura do

outro e tentam compreender como se desenvolvem a dinâmica estabelecida entre a população local e sua cidade. O turismo se configura como uma ferramenta que possibilita conhecer lugares, pessoas e culturas. Assim, torna-se imprescindível reconhecer que os turistas também podem desenvolver suas capacidades para enfrentar os medos, as necessidades e desejos para garantir sua confiança na oferta turística. Por outro lado, é preciso pensar também o papel dos residentes frente às novas práticas turísticas, sobretudo, no sentido de garantir a manutenção de seu patrimônio e herança cultural e afetiva, bem como, seu bem-estar, onde se inserem as questões relacionadas à saúde (RODRIGUES, 2020).

Diante desse cenário de crise, os espaços públicos das cidades concorrem com as mudanças nas sociabilidades que foram construídas ao longo do século XX, em que a interação entre as pessoas, a proximidade e a convivência se fundamentam como características metabólicas do modo de vida urbana e assumem, no caso da economia do turismo, o poder de propulsão das aglomerações e desenvolvimento de determinados destinos de acordo com as preferências dos consumidores. Este contexto entra em conflito quando comparamos a velocidade dos fluxos de negócios e da circulação de turistas e o tempo de vida cotidiana (social, econômica e cultural) dos residentes de lugares turísticos.

Da mesma forma, as lógicas de convivência entre turistas e residentes no espaço público dependem de vários fatores estruturais planejados pelos gestores dos destinos que vão desde a hospitalidade aos tipos de atividades que podem ser desenvolvidas nestes espaços garantidos. No entanto, neste planejamento deve estar previsto também a criação de selos e/ou indicadores de boas práticas que atendam às recomendações sanitárias internacionais.

Por isso, parques públicos, praias, museus, esplanadas, bares e restaurantes, além dos meios de transporte, precisam estabelecer estratégias seguras de uso e manutenção da convivência social de forma a cumprir com os seus princípios essenciais de aproximar pessoas e, conseqüentemente, as culturas, a produção e a circulação da economia. De fato, é fundamental recuperar a confiança para a realização de viagens, pois quem sairá mais rápido dessa crise são os destinos que mais geram confiança no consumidor (ROMÃO, 2020).

Partindo de pressupostos estratégicos, de acordo com as recomendações da OMT (2020), o restabelecimento da confiança entre os consumidores (turistas e residentes) e os destinos requer:

- Considerar a possibilidade de revisar os calendários de férias e, se possível, atrasar as férias deste ano [2020], incentivar as empresas a fornecerem *vouchers* de férias para seus funcionários, a fim de impulsionar a demanda após a crise e, nos países onde o governo é um grande empregador, considerar a possibilidade de dar apoio às viagens e ao turismo por meio de sistemas de apoio ao empregado.
- Investir em sistemas de dados e inteligência para rastrear os comportamentos, antecipar tendências e ajustar as estratégias de marketing e design de produtos.
- Identificar e desenhar promoções especiais para os mercados e segmentos que tendem a se recuperar mais rapidamente, como as viagens de interesse especial ou o mercado de turismo interno (OMT, 2020, p.32).

Ademais destas medidas, podemos citar os exemplos de certificações adotadas em alguns países, como *Clean & Safe* do turismo, em Portugal (FIGURA 3) e *Alojamiento Seguro*, na

Espanha (FIGURA 4) utilizadas como alternativas para garantir a confiança dos turistas em estabelecimentos hoteleiros e de alimentos e bebidas.

Figura 3. Coimbra. Selo *Clean & Safe*



Figura 4. Salamanca. Selo *Alojamiento Seguro*



Foto: Cristiane Alcântara, 2020

Do mesmo modo, a intensificação do uso das tecnologias de comunicação digital também desempenha um papel fundamental como facilitador e acelerador da recuperação da atividade turística, ao mesmo tempo, torna-se necessário promover ainda mais a comunicação em nossas cidades, com o apoio de todos os agentes do setor turístico. Romão (2020) ao

analisar o certificado emitido por Portugal salienta que é fundamental que os visitantes saibam que ao chegarem ao destino poderão visitar monumentos, restaurantes e hotéis com regras previamente estabelecidas e controladas.

Vale ressaltar que o mesmo se aplica aos espaços públicos de qualquer cidade, uma vez que tanto o cidadão quanto o turista têm direito de usufruir destes espaços e por isso torna-se necessário o estabelecimento de critérios que visem a otimização dos seus usos. Retomando aos exemplos europeus, acompanhamos a abertura das fronteiras em pleno verão no hemisfério Norte. Vários telejornais mostraram a superlotação das praias devido ao aumento das temperaturas associando-se ao sentimento do cidadão de necessitar fazer o usufruto de espaços abertos. Apesar de várias cidades terem adotado medidas de segurança, como por exemplo, o uso de aplicativos que informam a lotação das praias (Info Praia) ou o uso de sinalização (FIGURA 5) e bandeiras de cores diversificadas que atendem a mesma finalidade, não foi suficiente para manter o distanciamento social e/ou o uso consciente do espaço contribuindo para o aumento de casos do COVID-19, ocasionando a segunda onda da pandemia.

Figura 5 – Portugal, Sinalização em Praias



Foto: Antonio Carlos Campos, 2020

No entanto, ressaltamos a importância do fortalecimento das parcerias entre a administração local e os gestores privados do turismo no sentido de promover o bem-estar, respeitando a história, os territórios, suas populações e suas identidades, uma vez que os ambientes tornam-se mais favoráveis à convivência, mesmo em momentos de manutenção do distanciamento social e o estabelecimento de regras de convívio. De forma transversal, este tipo de política incide diretamente na inclusão social e contrasta com as formas de segregação, pois promove práticas alternativas de convivência ativa, propulsora das sinergias responsáveis para manter as conexões, encontros e difusão da necessidade de deslocamentos futuros.

Considerações Finais

As tecnologias digitais, sejam em termos de monitoramento de locais com maior fluxo de pessoas, por meio de sensores para evitar concentrações, ou sejam para automação de processos de implantação de assistentes virtuais para ajudar a melhorar a interação e experiência dos visitantes nos aplicativos de promoção de destinos, ao mesmo tempo que permite reduzir a superlotação nesta realidade, assegura novas relações/ conexões sociais entre as pessoas e lugares.

A partir de outra perspectiva, a pandemia também serve para repensar uma série de medidas na atividade turística, com base na sustentabilidade sociocultural dos destinos, que provavelmente terá uma recuperação lenta, mas que podem proporcionar: a) a (re) valorização e proteção da autenticidade dos centros históricos; b) revitalização dos centros urbanos com uma política de oferta de alojamentos temporários para jovens e idosos a preços controlados; c) fomentar o uso mais intenso dos parques públicos e dos recursos naturais existentes nas cidades e em suas proximidades; d) ampliar a oferta turística cultural com ênfase em referências também contemporâneas e menos massivas; e, e) o planejamento de novos roteiros urbanos que ensejem o bem-estar e as práticas esportivas e criativas com o objetivo de proporcionar maior contato do turista e do cidadão com a natureza.

Desta forma, o momento é oportuno para refletir sobre qual é o limite de equilíbrio para o crescimento do turismo, bem como o custo que os cidadãos devem pagar pela sua convivência nas cidades turísticas. Assim, as apostas no turismo doméstico (MÓNACO, 2020), nas viagens de curta duração (GÖSSLING; SCOTT; HALL, 2020), nos destinos que valorizem o turismo em

áreas naturais e as viagens constituídas essencialmente por grupos familiares juntam-se às novas alternativas e estratégias que as cidades e, claro, os destinos terão que desenhar para atender ao novo perfil de turista que está pautado em novos hábitos que são intrínsecos a sociedade atual e futura.

Referencias

ACERENZA, M. A. Planificación estratégica del turismo. Esquema Metodológico. *Estudios Turísticos*, n. 85, 1985, p. 47-70.

ARCHER, B.; COOPER, C. Os impactos Negativos e positivos do turismo. In: Theobald, W. (Ed.). *Turismo Global*. São Paulo: SENAC, 2002, p. 85-102.

BENI, M. C. Turismo e Covid-19: algumas reflexões. *Rosa dos Ventos. Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 - Especial Covid19), 2020, p. 1-23.

BORJA, J.; MUXÍ, Z. *Espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona, España, 2000. Disponível em: <https://www.academia.edu/3630914/El-espacio-publico-ciudad-y-ciudadania-jordi-borja> Acesso em 20/04/20.

BORJA, J. *La ciudad como desafío*. Ayuntamiento de Gijón, Proyecto educativo de ciudad Gijón, España, 2002. Disponível em: https://educacion.gijon.es/multimedia_objects/download Acesso em 23/02/20.

BUCKERIDGE, M. S.; PHILIPPI JUNIOR A. Ciência e políticas públicas nas cidades: revelações da pandemia da Covid-19. *Estudos Avançados*, 34 (99), 2020, p. 141-156.

BUTLER, R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. In: BUTLER, R. *The Tourism Area Life Cycle*. Vol. 1. Channel View Publications. Clevedon, Canadá, 2006, p. 3 – 12.

CABRERIZO, C.; SEQUERA, J.; BACHILLER, P. Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: Algunas claves para (re)pensar la ciudad turística”. *Ecología Política*, 52, 2016, p. 78-82. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26333515> Acesso em 25/02/20.

CAPEL, H. Jardines y Parques en la ciudad. *Revista Ciencias*, n. 68, 2002, p. 4-16. Disponível em: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/cns/article/view/11868> Acesso em 11/12/19.

CARLOS, A. F. A. O Consumo do Espaço. In: CARLOS, A. F. A. et. al. *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1999, p. 173 – 186.

CARLOS, A. F. A. O eclipse da cidade e os sem direitos In: *Le Monde Diplomatique Brasil*, 2020a. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/o-eclipse-da-cidade-e-os-sem-direitos/>. Acesso em 19/06/20.

CARLOS, A. F. A. A revolução no cotidiano invadido pela pandemia. In: CARLOS, A. F. A. (coord). *COVID-19 e a crise urbana*. São Paulo: FFLCH/USP, 2020b, p. 10 – 17.

CORRÊA, R. L. *O Espaço Urbano*. 4. ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.

DE CERTEAU, M. *The Practice of Everyday Life*. University of California Press. Berkeley, 1984.

GÖSSLING, E.; SCOTT, D.; HALL, M. C. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 April, 2020.

HARVEY, D. O direito à cidade. *Revista Lutas Sociais*, Rio de Janeiro, n. 29, 2012, p. 73-89.

HARVEY, D. Política anticapitalista em tempos de COVID-19. In: DAVIS, M. et. al. *Coronavírus e a luta de classes*. Brasil: Terra sem Amos, 2020, p. 13 – 24.

LEFEBVRE, H. *O direito à cidade*. 5. ed. São Paulo: Centauro, 2008.

LEFEBVRE, H. *A Revolução Urbana*. 3. ed. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG, 2008b.

LEITE, R. P. *Contra-usos da Cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. 2. ed. São Cristóvão, SE: Editora UFS, 2007.

LUQUE, J. B.; VILLA, M. Á.; GÁMEZ, A. El derecho a la ciudad y rescate del espacio público en zonas urbanas turistizadas. Una reflexión para Los Cabos, Baja California Sur (México). *Aposta revista de ciencias sociales*, n. 80 (Enero, Febrero y Marzo 2019), p. 109 – 128.

MONACO, S. Turismo in lockdown. Tra misure economiche e politiche simboliche. *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, 2/2020. Disponível em: <http://www.rtsa.eu> Acesso em 17/06/20.

ONU News. *Perspectiva Global*. Reportagens Humanas [18 abril 2020]. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/04/1710682> Acesso em 03/06/20.

OMT. *Apoyo al Empleo e a La Economía a través de los Viajes y el Turismo Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la COVID-19 y acelerar la recuperación*. Madrid: OMT, 2020. Disponível em: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf Acesso em 05/05/20.

PARK, R. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenómeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979, p. 26-67.

SANTOS, C. A. J. *El Turismo como Factor de Desarrollo: El caso de Sergipe*. Barcelona, tese (Doutorado em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental), Departamento de Geografia Humana, Universitat de Barcelona, 2017.

RODRIGUES, J. M. S. A. O papel dos GAL (Grupos de Acção Local) no modelo de turismo pós 2020. In: FIGUEIRA, L. M.; OOSTERBEEK, L. *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas*. Tomar, Portugal: Instituto Politécnico de Tomar, 2020, p. 107 – 118.

ROMÃO, F. M. S. O impacto do COVID-19 no Turismo Receptivo – a Perspectiva da HighSun DMC. In: FIGUEIRA, L. M.; OOSTERBEEK, L. *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas*. Tomar, Portugal: Instituto Politécnico de Tomar, 2020, p. 57 – 64.

SANTOS, M. *Espaço do cidadão*. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1997.

SERPA, A. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo, SP: Contexto, 2007.

VAINER, C. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planeamento Estratégico Urbano. In:

ARANTES, O; VAINER, C.; MARICATO, E. (Orgs). *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, p. 75-104.

ZAAR, M.; FONSECA, M. A. P. Turismo y Consumo del Espacio Urbano En Barcelona. Análisis de la Relación Residente-Turista en el Barrio de la Barceloneta. *Cuadernos de Turismo*, n. 44, 201, p. 487-514.