



SONDAGEM EMPRESARIAL DOS IMPACTOS DA COVID-19 NO SETOR DE TURISMO NO PARANÁ: o observatório de turismo do Paraná e o protagonismo da informação

ENTREPRENEURIAL SURVEY ON THE IMPACTS OF COVID-19 IN THE TOURISM SECTOR IN PARANÁ: the tourism observatory of Paraná and the key role of the information

Juliana Medaglia*
Carlos Eduardo Silveira**

Resumo: A pandemia da COVID-19 surpreendeu o mercado turístico no ano de 2020, com queda significativa da atividade e preocupante impacto econômico para o setor, para além das questões sanitárias. A Rede Brasileira de Observatórios de Turismo – RBOT, criou uma pesquisa online, aplicada por todos os representantes, coordenada pelo Observatório de Turismo do Paraná – OBSTUR/PR. O objetivo é discutir esses resultados da Sondagem Empresarial dos Impactos da COVID-19 e o papel dos observatórios, a fim de conhecer e buscar meios de mitigar os desdobramentos de tais impactos com ênfase no setor de turismo do Paraná. A metodologia foi exploratória baseada no survey descritivo, isolando dados relativos ao Paraná. Como resultados, destacam-se a importância dos observatórios e da informação, além da relevância dessa interação; a predominância das micro e pequenas empresas no turismo e como não foram satisfatoriamente contempladas pelas políticas nacionais de recuperação; e, como principal resultado, a preservação dos empregos mais intensa em empresas menores.

Palavras-chave: Turismo. Observatório. COVID-19. Sondagem Empresarial. Informação.

Abstract: COVID-19 pandemic has caught tourism market by surprise in the year of 2020. An intense drop in the activity was perceived, carrying economic impacts on the sector which started to worry the industry beyond the health issues. The Brazilian Tourism Observatory Network – RBOT carried out a research with businesses in the sector distributed countrywide by the members, and managed by the Tourism Observatory of Paraná - OBSTUR/PR. The goal of this study is to discuss the results of the survey with special interest in Paraná, as well as the role of Observatories in creating knowledge and helping reducing such impacts, targeting the State of Paraná. The methodology is exploratory using a descriptive survey. The main results are the importance of the observatories and information, as well as the significance for one another; the reinforcement of the key role of small enterprises for the sector and how they were not properly favoured by the National policies; and as main result the finding that the smaller enterprises tend to maintain more jobs than the big ones.

Keywords: Tourism. Observatory. COVID-19. Entrepreneurial Survey. Information.

* Doutora em Ciência da Informação pela Escola de Ciência da Informação da UFMG (2017). Professora e pesquisadora da Universidade Federal do Paraná, na graduação e no Mestrado Acadêmico em Turismo. Do departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. Coordenadora do Observatório de Turismo do Paraná. E-mail: julianamedaglia@gmail.com.

** Doutor em Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible - Universidad de Málaga (reconhecimento no Brasil pela Geografia/UFPR) (2009). Professor e pesquisador da Universidade Federal do Paraná, na Graduação e no Mestrado Acadêmico em Turismo, do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. Líder do Grupo de Pesquisa TEEM. E-mail: caesilveira@ufpr.br.



1 Introdução

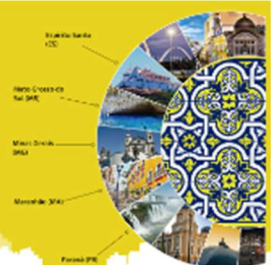
Informação e tomada de decisão não podem ser dissociadas da dinâmica sistêmica da atividade turística. De forma objetiva, é possível exemplificar essa ligação por meio do mercado de viagens, que lida com incalculáveis bancos de dados; ou ainda, por meio de informações da área pública resultantes de diversas fontes usadas para fins de desenvolvimento turístico.

Especificamente do ponto de vista da gestão da informação pode-se dizer que a qualidade da organização das informações oriundas de levantamentos de dados, assim como dos serviços e produtos resultados de tais ações, influenciam seu uso pelos tomadores de decisão e, conseqüentemente, contribuem na gestão (MEDAGLIA, 2017).

De acordo com Bregolin (2018, p. 55) “a capacidade de avaliar o seu entorno, de resignificá-lo e de desenvolver novos conhecimentos a partir dele é uma característica inerentemente humana.” No contexto da sociedade da informação que caracteriza a realidade contemporânea está a gestão do conhecimento, de certa forma estruturada pela união de *expertise* entre universidade, sociedade e empresas (POLIZELLI; OZAKI, 2008). Entende-se então, o papel de destaque da academia, especialmente no Brasil, que conta, não exclusivamente, mas majoritariamente com as universidades públicas para produção de pesquisas e geração do conhecimento.

Assim, socializar o conhecimento, bem como, as informações e os dados para tomada de decisão estratégica é papel que pode ser desenvolvido por Observatórios, conceituados por Franch e Contreras (2013, p. 26 *apud* OLIVEIRA; MIRANDA; AMARAL, 2016, p. 3) como “uma ferramenta de inteligência turística estável, encarregada de observar a realidade, analisar a dinâmica e prover os resultados a todos os agentes de um destino.” Esse exercício dinâmico de estruturação da informação em conhecimento para gestão do turismo é labor complexo, que exige não só proatividade relacionada ao cotidiano dos destinos, bem como, atenção e ação rápidas à realidade social.

Nesse contexto, a Rede Brasileira de Observatório de Turismo (RBOT) enquanto “núcleo criado para no âmbito do fomento aos trabalhos voltados à produção de dados estatísticos, estudos e inteligência de mercado para o setor [de turismo]” (RBOT, 2020, p. 3) se



articulou a fim de oferecer à realidade turística brasileira um retrato do setor frente à pandemia mundial causada pelo vírus do COVID-19 (Sars-Cov-2). Com a pandemia declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, o mundo se encontra em meio a uma crise sem precedentes, fazendo com que a Organização Mundial do Turismo (OMT) indique previsões de perdas de 58% a 78% no número de turistas para o mundo todo em 2020 (OMT, 2020). Assim, a RBOT realizou e o Observatório de Turismo do Paraná (OBSTUR-PR) coordenou uma “Sondagem Empresarial dos impactos da COVID-19 no setor de Turismo no Brasil”, ao longo do mês de abril de 2020, alcançando respondentes de todas as regiões brasileiras e oferecendo à indústria turística nacional um retrato dos impactos da crise frente às empresas do setor.

Como o banco de dados foi construído coletivamente e compartilhado entre os membros da Rede, foram isoladas as respostas referentes ao âmbito de atuação do OBSTUR-PR, derivando desses dados o objetivo deste artigo, de discutir os resultados da Sondagem Empresarial dos impactos do COVID-19 com ênfase no setor de turismo do Paraná. A partir do levantamento nacional, tenciona-se conhecer e buscar meios de atenuar os desdobramentos de tais impactos para o turismo paranaense considerando o papel dos observatórios como processadores e distribuidores de informação.

Criado em 2008, o OBSTUR-PR é uma iniciativa do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná (DETUR/UFPR), que tem como missão “ser um instrumento social, facilitador de gestão e do debate, que deve servir de elemento técnico, catalisador, polifuncional e descentralizado, planejado e administrado de forma participativa, com estabilidade e autonomia [...]” (GANDARA; ZEPEDA; MEDINA, 2018, p. 127), tradução nossa). A missão do OBSTUR-PR com base na análise científica dos dados, em interface com a realidade paranaense frente à crise gerada pela COVID-19 é o que segue adiante.

2 Metodologia

Como o intuito da pesquisa é discutir a situação do setor empresarial no âmbito da pandemia e das restrições decorrentes, permitindo termos descritivos e diversificados dessa população, adotamos o *survey* descritivo (BABBIE, 1999) como procedimento de coleta de



dados. O questionário foi aplicado no formato digital com perguntas abertas e fechadas, distribuído por meio de Redes Sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp) e por *e-mail*, entre os dias 8 e 27 de abril de 2020, em forma de *Web Survey*, utilizando-se o *Google Forms*® como ferramenta. Por considerar o contexto da pandemia, no qual diferentes empreendimentos encontram-se fechados ou em modalidades remotas de trabalho, não houve a pretensão de uma amostra com critérios estatísticos rígidos e o foco tampouco foi de alta representatividade. As comparações com outros locais do país foram priorizadas em substituição a um número absoluto de empreendimentos nas diversas modalidades de serviços turísticos paranaenses com amostras calculadas para cada setor. Como as proporções no Estado seguiam as nacionais, foram consideradas confiáveis, mesmo numa escala menor.

Para fins de amostragem, considerou-se como o universo a pesquisa nacional, que contou com 4.921 respondentes. A amostra trabalhada foi de 316 questionários válidos no estado do Paraná, o que, considerando o nível de confiança de 95%, teve uma margem de erro de 5,38%. Os dados são apresentados nas próximas seções em forma de textos, gráficos e tabelas para facilitar sua visualização e discutidos com base na teoria da área.

3 Resultados e discussão

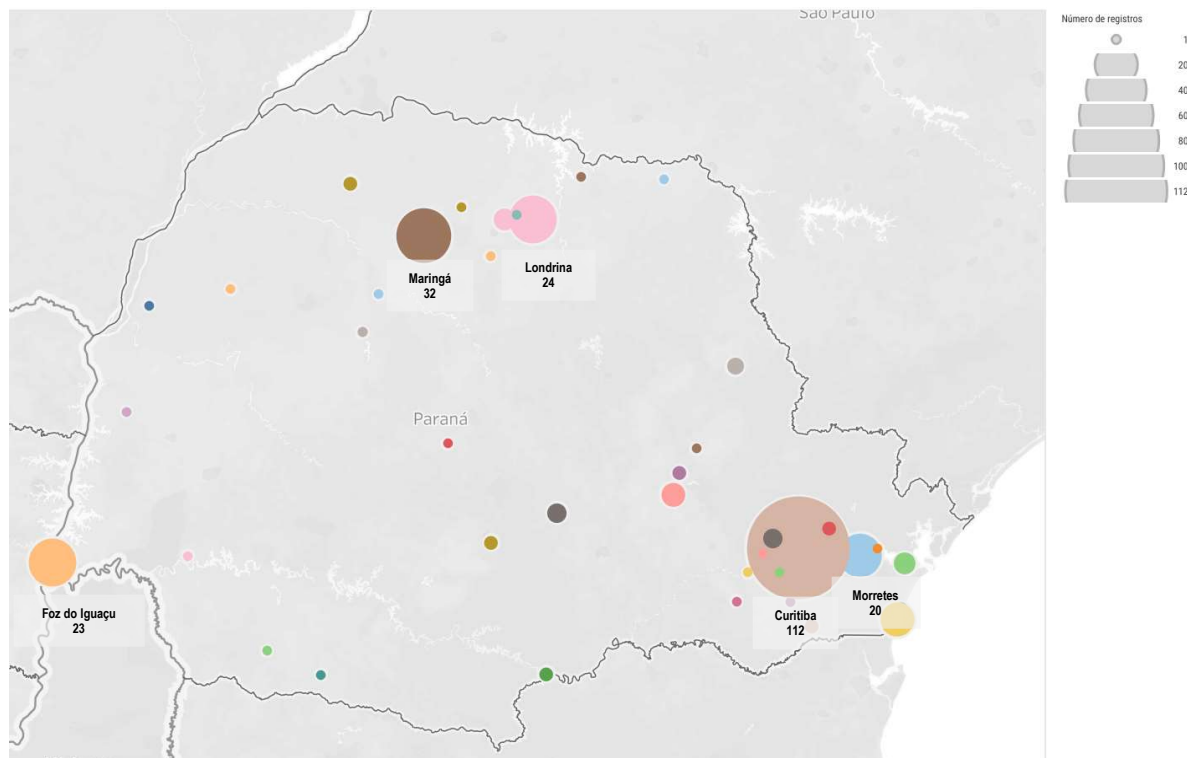
As discussões apresentadas abaixo são baseadas primeiramente nos dados extraídos da pesquisa nacional, interpretados à luz da teoria, de informações recentes e concluídos comparando-os ao cenário amplo da importância da informação.

3.1 Abrangência e relevância dos resultados

A abrangência estadual do levantamento seguiu os padrões do levantamento nacional, com concentração nos centros mais populosos, com destaque à capital do estado, Curitiba (com 112 respondentes), seguida pelas cidades de Maringá (32), Londrina (24), Foz do Iguaçu (23) e Morretes (20), e mais de 50 outros municípios, como pode ser visto no Mapa 1.



Mapa 1 – Distribuição dos respondentes no mapa demonstram as localidades no estado do Paraná



Fonte: Os Autores (2020)

Os círculos maiores apresentados no Mapa 1 demonstram as localidades que obtiveram uma maior quantidade de respondentes, conforme legenda de proporção apresentada que compõe o mapa. Destaca-se principalmente, contudo, a dispersão de respondentes por quase todas as regiões turísticas do Paraná¹, daí a função de apresentar visualmente a participação dos vários municípios.

Sobre a relação às áreas de atuação das organizações dos respondentes o Gráfico 1 apresenta as principais categorias que foram relacionadas.

¹Cf. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946>. Acesso em: 26 jun. 2020.

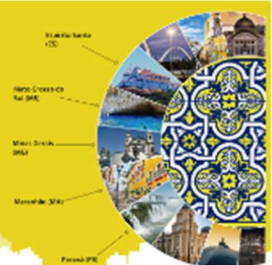
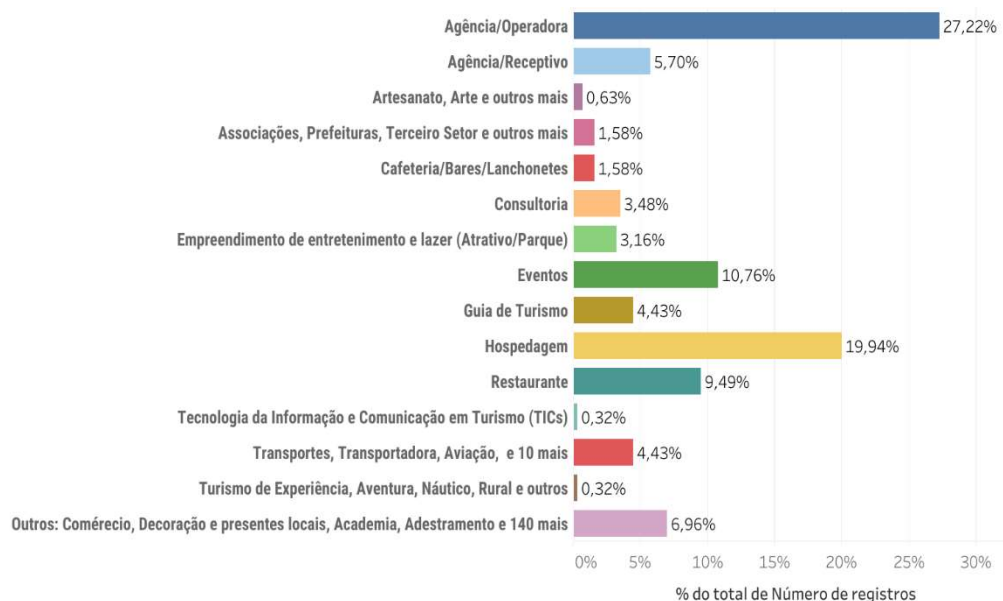


Gráfico 1 - Área de atuação das empresas de respondentes do estado do Paraná



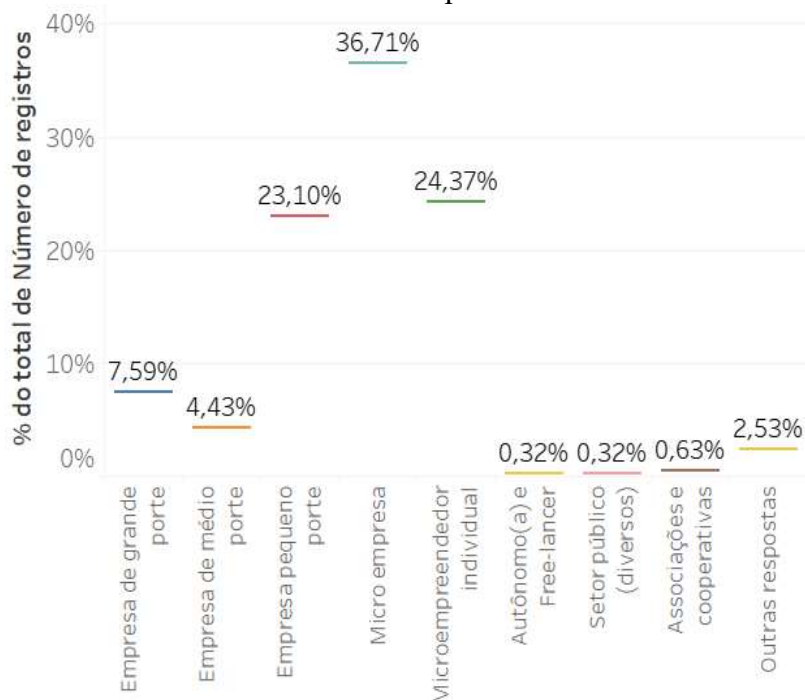
Fonte: Os Autores (2020)

Destacam-se como atividades dos respondentes a operação e o agenciamento emissor, representando aproximadamente 27% da amostra. Quando somado ao agenciamento receptivo (5,70%) ultrapassam um terço da amostra, acompanhando a predominância dessas empresas percebidas nos resultados da pesquisa nacional (RBOT, 2020). Três outras áreas predominantes foram os meios de hospedagem, com quase 20%, eventos e restaurantes (ambas em torno de 10%). Esta última categoria chamou atenção por estar um pouco acima da média nacional.

Também em termos de comparação de faixas de representatividade, os respondentes das microempresas junto com os microempreendedores individuais (MEI) somaram mais de 50% da amostra. Juntando com as empresas de pequeno porte, esse valor passa de 80%, o que aponta para onde está a força produtiva do turismo paranaense e onde deve estar o foco das ações de mitigação da crise. Tal constatação vai ao encontro de diferentes autores e da própria Organização Mundial do Turismo (OMT), que reconhecem que cerca de 80% da força empreendedora do turismo é formada por micro, pequenos e médios empreendedores segundo a *United Nations World Tourism Organisation* (UNTWO, 2020).



Gráfico 2 - Porte das empresas no estado do Paraná



Fonte: Os Autores (2000)

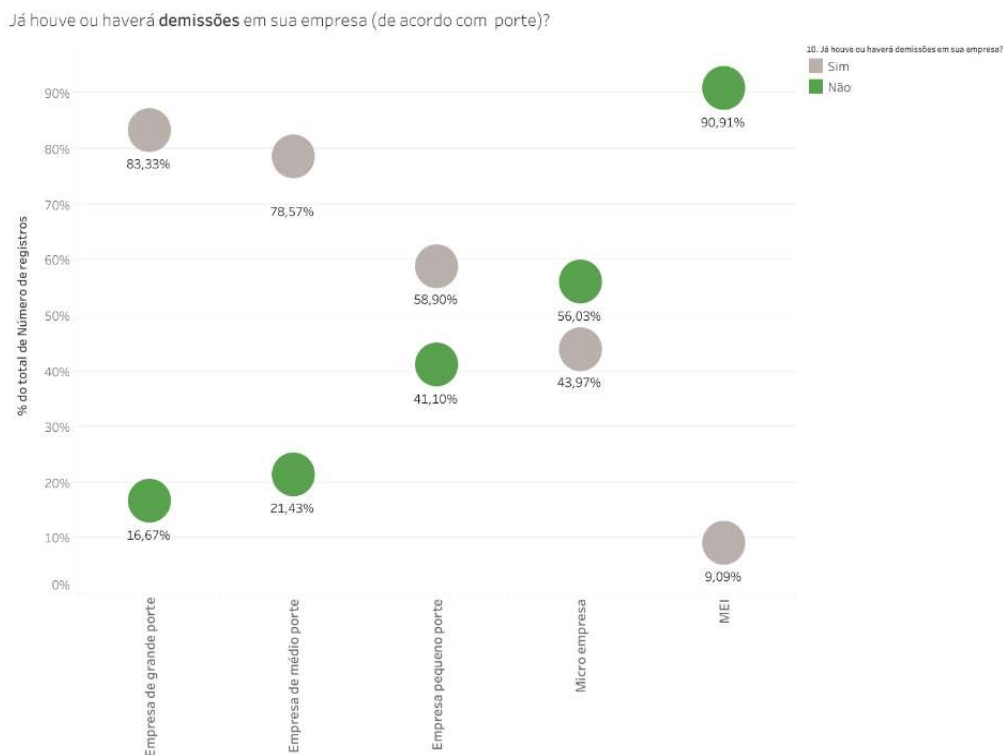
É representativa a posição das grandes empresas e as de médio porte (Gráfico 2), mas não deverão ser essas as principais beneficiárias quando da criação de políticas para retomada. Não só por seu tamanho e representatividade, mas pela escala com que atuam, e o que esta acaba representando em termos de custos e vínculos (menores) com suas equipes. Panosso, Oliveira e Severini (2020, p. 26) complementam que:

As questões em torno da crise sanitária induzida pelo Covid-19 permeiam previsões e incertezas. Diante de um fenômeno que não pertence exclusivamente ao domínio da saúde pública, medidas não farmacológicas estabelecem como estratégias de combate ações rigorosas: populações em quarentena, isolamento e distanciamento social, e em último caso, o polêmico *lockdown*. Tais medidas afetam diversos setores da economia global e promovem discussões em diferentes contextos.

O Gráfico 3 a seguir, trata ainda em abril de 2020, a proporção de demissões ou retenções de funcionários em decorrência da COVID-19.



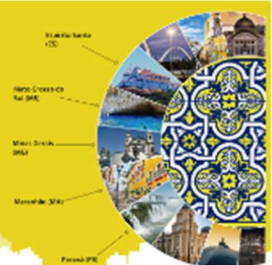
Gráfico 3 - Proporção de demissões por porte das empresas no Paraná



Fonte: Os Autores (2020)

É possível perceber a proporção percentual, por porte de empresas, de demissões em cada faixa de tamanho. Em números absolutos foi o de hospedagem (14,9%), seguido das agências de viagens (8,9%) e depois os restaurantes (6%). Isoladamente, contudo, entre os respondentes da hotelaria 72% relataram demissões, seguidos pelo setor de restaurantes, com 65% de menções. As agências, como estão em maior número aparecem em destaque quando se trata de números absolutos, mas se diluem quando se trata da proporcionalidade.

Além disso, constatou-se que quanto maior o porte da empresa, maior foi o número proporcional de demissões. As comparações são feitas entre os respondentes de cada uma das categorias, e demonstram, a exemplo dos resultados nacionais, que quanto maior o porte, maior a quantidade de demissões relatadas, o que reforça a importância das empresas de menor porte para o setor turístico e seus trabalhadores. Gossling, Scott e Hall (2020, p. 11, tradução nossa) afirmam que:



Para qualquer um empregado no turismo global a crise atual irá também se transformar em uma crise pessoal, na medida que muitos negócios já dispensaram a maior parte de seus funcionários. Uma questão chave para todos os subsetores do turismo é, portanto, quando viagens – tanto internacionais quanto domésticas –, ou quando negócios ligados ao turismo e à hospitalidade como acomodações, cafés ou restaurantes poderão reabrir.

Tabela 1- Percentual de *home office* em cada setor do turismo no Paraná

Percentual de funcionários da em *home office* (H.O.)

	Ninguém em H. O.	Até 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 51% a 75%	De 75% a 99%	100%	Outras respostas
Agência/Operadora	15,12%			1,16%	3,49%	5,81%	70,93%	3,49%
Agência/Receptivo	27,78%	5,56%			11,11%	5,56%	38,89%	11,11%
Cafeteria/Bares/Lanchonetes	80,00%							20,00%
Empreendimento de entretenimento e lazer (Atrativo/Parque)	40,00%	30,00%	10,00%					20,00%
Eventos	23,53%	8,82%	8,82%		8,82%	8,82%	41,18%	
Guia de Turismo	71,43%					7,14%	7,14%	14,29%
Hospedagem	52,38%	23,81%	4,76%		1,59%	7,94%	6,35%	3,17%
Restaurante	83,33%	3,33%			3,33%			10,00%

Fonte: Os Autores (2020)

A adoção do trabalho remoto, ou *home office* (H.O.) apresentada na Tabela 1 foi um dos fatores preponderantes na manutenção de postos de trabalho, bem como, em diversos casos, pela manutenção, ao menos parcial, das atividades produtivas nesse período. Nesse sentido, prestadores de serviço e intermediadores tiveram o benefício (ainda que nada soe como benefício nesse período) da possibilidade de realizar vendas e outras atividades *online*. Atrativos e hotéis, entretanto, foram mais impactados em decorrência da natureza da atividade.

As agências e o setor de eventos foram os que mais apostaram no *home office* no período, o que acabou favorecendo até mesmo a manutenção de contratos de trabalho. Contudo, atividades como guiamento, cafeterias e hospedagens tiveram pouca possibilidade de usufruir desse artifício ou se adaptar a essa realidade, impactando seriamente em várias dessas atividades. Em relação ao turismo paranaense, 28,4% dos respondentes da pesquisa indicaram perdas de 75%; outros 36,7% tiveram perdas entre 51 e 75%, e, outros 31% ainda estimam perder entre 26 e 50% do faturamento. Apenas 2,3% das empresas paranaenses indicou que ficaria com o faturamento estável no ano de 2020.



Gráfico 4 - Capacidade de sobrevivência da empresa com o caixa atual, em meses, por porte



Fonte: Os Autores (2020)

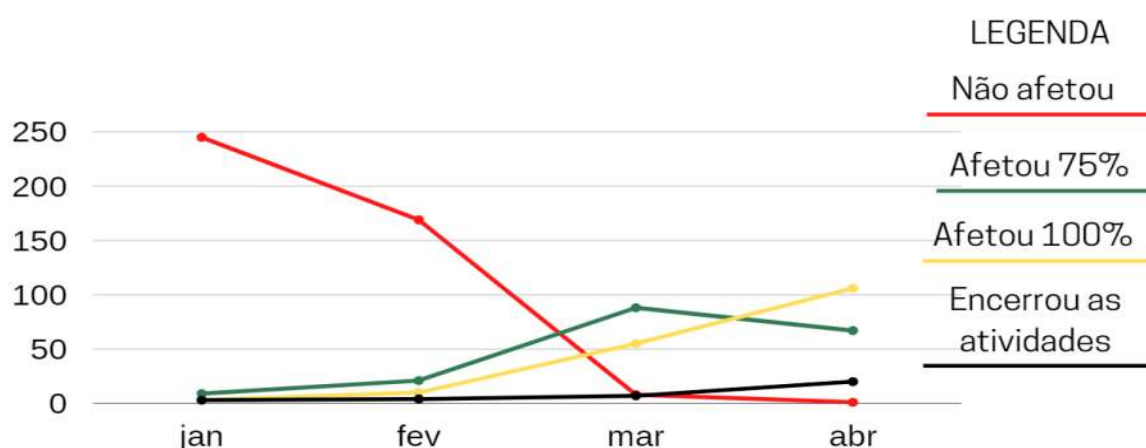
O Gráfico 4 apresenta de forma separada a previsão de sobrevivência, organizando pelo porte das empresas. Diferentemente do resultado sobre empregos, nesta questão o cenário é mais positivo quanto maior a empresa. Entre os respondentes, 29% dos informantes afirmam que as grandes empresas, e 28% das de médio porte, têm lastro de caixa para até meio ano de 2020. As menores estão mais diversificadas, mas 76% estão nas categorias que vão até 4 meses de capacidade de manutenção com o fluxo de caixa disponível.

Ao longo do primeiro quadrimestre deste ano de 2020 a intensidade da crise que se abateu sobre o setor foi aumentando, a ponto de não deixar praticamente nenhum respondente passar incólume aos efeitos da crise. Em média geral, 25% dos respondentes indicaram em abril ter fluxo de caixa para 1 a 2 meses. Outros 25% de 2 a 4 meses, sendo essas as faixas mais altas.



Somando-se os 20% que afirmavam não ter caixa para além de um mês chegou-se em abril à preocupante perspectiva de interrupção de 60% dos negócios turísticos neste mês de agosto. Outras fontes e novas pesquisas poderão confirmar ou refutar essas previsões.

Gráfico5 - Percepção do impacto gerado no faturamento ao longo dos primeiros meses de 2020



Fonte: Os Autores (2020)

A linha que mostra a evolução do encerramento das atividades no Paraná é menos abrupta que a nacional (RBOT, 2020), mas, mesmo assim quase triplicou de março para abril, passando de 7 casos de encerramento para 20, de um mês para o outro (Gráfico 5).

Os respondentes informaram suas expectativas acerca da ação governamental para minimizar os impactos da área. Solicitou-se aos respondentes que limitasse suas respostas à marcação de três opções, respostas, sem, contudo, descartar respostas que passassem desse limite. O resultado é expresso na nuvem a seguir na Figura 1.



Figura 1 - Nuvem de palavras da expectativa de ações governamentais



Fonte: Os Autores (2020)

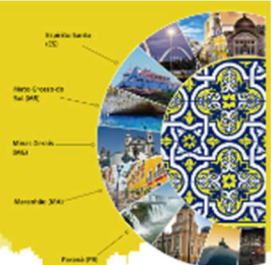
A quantidade de palavras presentes não equivale ao número de respostas, já que havia a possibilidade de agrupar em uma ou mais opções. A alternativa mais assinalada foi a ‘Redução nos tributos federais’, com a frequência de 177 repetições, seguida por ‘Redução nos tributos sobre serviços’ (173), ‘Redução nos tributos estaduais’ (161), ‘Redução nos tributos municipais’ (158) e somente após todas as expectativas repetidas de redução de impostos, vem a ‘Concessão de empréstimos’ com 149 menções.

Percebeu-se um desvio de prioridade nas políticas de apoio, ao menos no que foi divulgado, já que as notícias de crédito foram as mais frequentes, em veículos oficiais e na imprensa nacional^{2,3,4}. Houve uma proliferação de oportunidades para adiar o recolhimento de tributos, reduzir folhas de pagamento e acesso a crédito para regularização posterior de dívidas.

² Governo cria novo programa de apoio às micro, pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/07/governo-cria-novo-programa-de-apoio-as-micro-pequenas-e-medias-empresas>. Acesso em: 7 ago. 2020.

³ MP 936 é convertida em Lei: Empresas já podem prorrogar benefícios? Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/artigos/6176/mp-936-e-convertida-em-lei-empresas-ja-podem-prorrogar-beneficios/>. Acesso em: 7 ago. 2020.

⁴ Medida Provisória 907 - a salvação do turismo brasileiro e de milhares de empregos. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/opiniao/2020/04/medida-provisoria-907-a-salvacao-do-turismo-brasileiro-e-de-milhares.html>. Acesso em: 7 ago. 2020.



Ainda assim, o próprio acesso ao crédito não teve sucesso^{5,6,7}, já que pouquíssimas microempresas conseguiram acessar o crédito disponibilizado pelo setor público. Clemente *et al.* (2020) realizaram um levantamento detalhado das ações do Governo Federal desde o início da pandemia que reforçam essa constatação, pois retratam ações ligadas às fronteiras, às negociações de contratos (laborais e de aquisição e cancelamento de viagens), e obviamente de linhas de crédito, mas nenhuma sugere isenção ou redução fiscal.

O *gap* entre o que se necessita, o que se divulga e o que efetivamente se acessa é a chave para a solução de muitos dos conflitos e reside na informação, adequadamente levantada e interpretada.

3.2 A informação e o papel dos Observatórios na interpretação da realidade

O Brasil possui uma lacuna informacional estrutural. Há uma tradição em não informar a realidade a fim de que ela não se volte contra o informante. Há na legislação brasileira o princípio baseado em convenções internacionais *nemotenetur se detegerese* segundo o qual “ninguém pode ser compelido, legitimamente, a produzir ou colaborar na produção de provas, autoincriminando-se, indo contra os seus interesses processuais, devendo ser respeitado o direito a não agir.” (GIONGO, 2016, p. 383) o que inclui “o direito de não produzir ou colaborar na produção de quaisquer provas, sejam elas documentais, periciais ou outras.” (GIACOMOLLI, 2014, p. 193 *apud* GIONGO, 2016, p. 383). De alguma forma, entregar todos os dados de operações empresariais, pode ser esperado por grandes empresas, inescapavelmente as de capital aberto. Nas pequenas empresas e no caso dos microempreendedores individuais, entretanto, há uma frequente sobreposição da vida das pessoas: física e jurídica, neste caso. Assim, por inépcia ou por intenção, a sonegação fiscal, é

⁵ Restrições dificultam acesso de empreendedores ao crédito. Disponível em: <http://www.fomento.pr.gov.br/Noticia/Restricoes-dificultam-acesso-de-empresarios-ao-credito>. Acesso em: 7 ago. 2020.

⁶ Micros e pequenos negócios reclamam que crédito não chega. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticia/micros-e-pequenos-negocios-reclamam-que-credito-nao-chega#.Xy3j-ihKg2w>. Acesso em: 7 ago. 2020.

⁷ Só 1% das micro e pequenas empresas do Paraná conseguiram linha de crédito do governo federal. Disponível em: <https://folhadepalmeira.com.br/so-1-das-micro-e-pequenas-empresas-do-parana-conseguiram-linha-de-credito-do-governo-federal/>. Acesso em: 7 ago. 2020.



uma realidade também bastante arraigada na cultura brasileira, seja por deficiência de cobrança (MARTINS, 2012), pelo percentual elevado de impostos, ou por outro motivo. Para além desse fato (e até certo ponto motivado por ele), o clima político empresarial é de cortesia e cooperação, mas também de desconfiança mútua, quase de uma política de ‘não pergunte, não fale’.

Contudo, os dados cadastrais usados para a arrecadação de impostos, são de extrema utilidade para o planejamento e criação de políticas públicas. Enquanto informação, apresentam potencial para nortear o desenvolvimento, prever rumos e traçar metas. Mas, apesar de sua importância, a ausência de dados abertos e de números fiáveis, implica no fato de que nosso planejamento é realizado, em grande medida, por estimativas. Dessa forma, a desigualdade nos processos de transformação de dados em informação e essa em conhecimento gera manutenção de outras desigualdades (JARDIM, 1999), que devem ser combatidas por parte do poder público, em especial por meio de políticas públicas. Entes neutros e não envolvidos nesses processos podem facilitar a interpretação de dados sem melindrar ou balançar o tênue equilíbrio da fundamental parceira público-privada, e percebe-se aí um oportuno papel dos Observatórios. No caso da atividade turística

Um observatório de turismo tem, entre os seus objetivos, o acompanhamento, observação, coleta, tratamento, análise, geração e monitoramento de dados e informações sistematizadas e padronizadas sobre atividade turística em distintos níveis administrativos regional, estadual e municipal. Trata-se de um recurso institucional que permite acompanhar o desempenho do turismo em nível administrativo, contribuindo para o planejamento sustentável da atividade e fortalecimento do turismo como opção de desenvolvimento econômico. (BRASIL, 2018, p. 83).

Podem, portanto, ser entendidos como estruturas de apoio ao fortalecimento do turismo e que guardam em suas funções a compilação de dados e informações sobre a oferta e a demanda turística. Além disso, os observatórios podem se constituir espaços onde emergem ações de colaboração, sinergia e integração entre os *stakeholders* que atuam no turismo (GARCÊS; CARVALHO, 2020). Em seus estudos acerca dos serviços de informação e produção de conhecimento nas universidades, Fujino (2007, p. 230) afirma que este novo ambiente exige:



Uma nova concepção para os Serviços de Informação fundamentados na revisão dos seus conceitos de tempo e espaço para a proposição de um modelo de mediação em que os fluxos de informação são intensificados para estimular a socialização dos conhecimentos que abrisse oportunidade para que estes saberes pudessem estabelecer maior sintonia com o campo da aplicação.

Não se trata, entretanto, de desacreditar informações oferecidas por setores ou entidades específicas, quer sejam públicas ou privadas. Ao contrário. A utilidade de um ente neutro nesse processo é não (sofrer pressão para) extrapolar o interesse para além das informações. Considerando que a informação é a peça fundamental para a tomada de decisão no Turismo (por todas as características da atividade) sua distribuição indistinta pode mudar ou até mesmo ampliar o contexto das parcerias. Afinal, a centralidade da informação na atividade turística é discutida por diferentes autores, como por exemplo, Buhalis e Law que no texto clássico de 2008 acerca da revolução da internet no turismo (BUHALIS; LAW, 2008) e reiterado na recente releitura de Buhalis acerca do tema, indicam a informação, em certa medida, como matéria prima do turismo (BUHALIS; LAW, 2018; BUHALIS, 2019).

A experiência recente da pesquisa conjunta da RBOT com a Sondagem Nacional, criada conjuntamente, operacionalizada pelo OBTUR-PR e com distribuição indistinta dos dados levantados entre os observatórios participantes, mostrou-se extremamente frutífera, e pode ser usada como referência de parceria e ação efetiva em Rede. Cada estado, cidade ou região pôde contribuir, e mesmo nos casos em que o número de respondentes tenha sido represado por algum infortúnio, ou não tenha sido elevado o suficiente para conclusões isoladas, foi possível contar com o conjunto Nacional para respaldar interpretações e comparações. Como sugerem Llodrá-Riera *et al.* (2015, p. 320, tradução nossa), proponhamos que “a web se diferencie das fontes tradicionais e que as fontes formais não tenham um monopólio na transmissão da informação.” Nessa pluralização de geração de dados, informações e fontes, temos a web a favor da democratização do acesso à informação.

4 Considerações finais

A crise que se estar passando tem, seguramente, aspectos negativos que ofuscam qualquer intenção de atenuá-la enquanto crise humanitária. Na finalização deste artigo, o Brasil



cruzava a marca das 100.000 mortes, e o Paraná passava das 2.200⁸ mortes, com taxa de contágio crescente. Esses dados não podem ser menosprezados. As crises sanitárias, assim como as guerras, catalisam a solidariedade e a engenhosidade humana, e essas, como consequência, aceleram avanços na sociedade e podem, desconectadas dos motivos que as originaram, ter algumas consequências positivas.

No caso deste estudo, sua origem foi a base de dados do Paraná (OBSTUR-PR) extraída da Sondagem Empresarial Nacional (RBOT), que, por sua vez foi resultado de um trabalho em equipe, à distância, com colaboração entre pessoas que muitas vezes (ainda) nem se conhecem pessoalmente. Pessoas vinculadas a estruturas distintas, com variados âmbitos de atuação e objetivos diversificados. Mas pessoas interagindo com boa vontade e objetivos comuns. A chance de uma produção nessa velocidade e com tamanha flexibilidade e tolerância ter ocorrido no antigo normal seria mínima.

O processo e os dados gerados trouxeram resultados que têm sido discutidos em encontros virtuais, entrevistas, *webinars*, textos e artigos (como esse), e que têm enriquecido a discussão acerca da retomada, ou da nova tomada do turismo no Brasil.

O Paraná mostrou dados pouco discrepantes dos dados nacionais, destacando a importância das empresas menores e microempreendedores individuais como os principais alvos das políticas que visem reduzir os impactos da crise econômica, que segue a crise sanitária.

Em termos de expectativas do empresariado acerca das ações governamentais, percebeu-se que antes de crédito vieram as solicitações de redução de tributos, que podem estar relacionadas a situações anteriores, mas que culminaram nas dificuldades do setor economicamente produtivo nesta pandemia. As informações existentes ainda enfrentam barreiras para se tornarem úteis para guiar decisões.

Considerando a função primordial do OBSTUR/PR, de intermediar a Informação e disseminá-la democrática e livremente, esta pesquisa reforçou a utilidade de um ente com maior possibilidade de neutralidade para compilar e levantar dados com menor resistência ou desconfiança acerca de seu uso.

⁸Cf. Disponível em: <http://www.saude.pr.gov.br/Noticia/Sesa-divulga-aumento-de-1615-diagnosticos-positivos-e-45-mortes-de-Covid-19>. Acesso em: 7 ago. 2020.

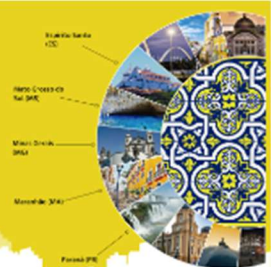


Entende-se, desta forma que, o objetivo de discutir os resultados da Sondagem Empresarial dos impactos do COVID-19 e o papel dos observatórios, com ênfase no setor de turismo do Paraná a partir do levantamento nacional, foi alcançado. Isto abre possibilidade de conhecer e buscar meios de atenuar os desdobramentos de tais impactos para o turismo paranaense, com o aproveitamento da informação produzida, centralizando o foco no que foi respondido pelos participantes da pesquisa, mais do que utilizado métodos de mitigação mais frequentes.

Reitera-se, por fim, a importância da disseminação das informações e a adequação destas a uma linguagem acessível, de forma a fazer com que os *stakeholders* sintam-se partícipes do processo.

Referências

- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. Brasília, DF: MTur, 2018.
- BREGOLIN, Michel. **Turismo e inteligência territorial: aplicação do sistema de capitais para análise de observatórios de turismo da Europa e da América Latina**. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de Caxias do Sul, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Caxias do Sul, 2018.
- BUHALIS, Dimitrius; LAW, Rob. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - the state of eTourism Research. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.
- BUHALIS, Dimitrius. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. **Tourism Review**, v. 75, n. 1, p. 267-272, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>. Acesso em: 27 ago.2020.
- CLEMENTE, Ana; ANDRADE, Lucas; STOPPA, Edmur; SANTOS, Glauber. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 8, n. 14, p.73 – 85, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/32210>. Acesso em: 27 ago. 2020.



FUJINO, Asa. Gestão de serviços de informação no contexto da cooperação universidade-empresa: reflexões e perspectivas. *In*: LARA, Marilda L. G. de; FUJINO, Asa; NORONHA, Daisy. P. (org.). **Informação e contemporaneidade**: perspectivas. Recife: Néctar, 2007.

GANDARA, José; ZEPEDA, Alfonso; MEDINA, Lorena. Experiencia y trabajo del Observatorio Turístico de Paraná durante la Copa de Fútbol FIFA 2014 en la ciudad de Curitiba (Paraná, Brasil). *In*: REFLEXIONES e implicaciones prácticas de los observatorios turísticos y gastronómicos. México: Ediciones Eon, 2018.

GARCÊS, Patriciane da S.; CARVALHO, Karoliny D. Os Observatórios do Turismo na Percepção dos stakeholders do município de São Bernardo/MA. **Revista Turismo & Cidades**, São Luís, v. 2, n. 3, p. 108-127, jan./jun. 2020.

GIONGO, Juliana. A identificação criminal pelo DNA em face da garantia contra a auto incriminação. **Revista Eletrônica de Direito Processual – REDP**, Rio de Janeiro, ano 10, v. 17, n. 2, p. 377-405, jul./dez. 2016.

GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, C. Michael. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>. Acesso em: 27 ago. 2020.

JARDIM, José Maria. **Contornos à meia luz**. Transparência e opacidade do Estado no Brasil: usos e desusos da informação governamental. Niterói: EDUFF, 1999.

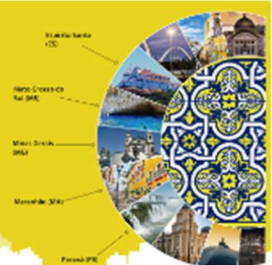
LLODRÀ-RIERA, Isabel; MARTÍNEZ-RUIZ, María P.; RIMENEZ-ZARCO, Ana I.; IZQUIERDO-YUSTA, Alicia. A multidimensional analysis of the information sources construct and its relevance for destination image formation. **Tourism Management**, v. 48, p. 319-328, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.012>. Acesso em: 27 ago. 2020.

MARTINS, Marcelo. Deficiência da cobrança fiscal no Brasil como estímulo à sonegação: falhas e sugestões de melhoria do modelo em vigor. **Revista da Faculdade de Direito da UFMG**, v. 61, p. 397 - 423, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.12818/P.0304-2340.2012v61>. Acesso em: 27 ago. 2020.

MEDAGLIA, Juliana. **Os desafios do uso qualificado da informação em turismo**: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ. **Sondagem empresarial dos impactos da COVID-19 no setor do Turismo no Paraná**. Curitiba: OBSTUR-PR, 2020. Disponível em: <https://obsturpr.ufpr.br/portal/noticias/sedagem-empresarial-sobre-impactos-da-covid-19-no-turismo-nacional-e-parananense/>. Acesso em: 27 ago.2020.

OLIVEIRA, Rafael A; MIRANDA, Isabela P; AMARAL, João P. S. Gestão da informação: o papel dos observatórios de turismo brasileiros para a tomada de decisão do setor público.



Marketing & Tourism Review, v. 1, n. 2, 2016. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.29149/mtr.v1i2.3837>. Acesso em: 27 ago.2020.

PANOSSO NETTO, Alexandre; OLIVEIRA, Laize S; SEVERINI, Valéria R. Do overtourism à estagnação. Reflexões sobre a pandemia do Coronavírus e o turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 8, n.14, p. 26-43, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/32002>. Acesso em: 27 ago.2020.

POLIZELLI, Demerval L.; OZAKI, Adalton M. (org.) **Sociedade da Informação: os desafios da era da colaboração e da gestão do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2008.

RBOT. **Sondagem empresarial dos impactos da COVID-19 no setor do Turismo no Brasil**. Curitiba: OBSTUR-PR, 2020. Disponível em: <https://obsturpr.ufpr.br/portal/noticias/sedagem-empresarial-sobre-impactos-da-covid-19-no-turismo-nacional-e-parananense/>. Acesso em: 27 ago. 2020.

UNWTO. **World Tourism Barometer May 2020: special focus on the impact of COVID-19**. Madrid: UNWTO, 2020.