

# ANÁLISE SWOT: PANORAMAS CULTURAIS NO RIO DE JANEIRO

**Aline Guimaraes Monteiro Trigo**  
**aline.trigo@cefet-rj.br**  
**CEFET-RJ**

**Nilma Silva Rezende dos Santos**  
**nilmarezendes@gmail.com**  
**CEFET-RJ**

**Úrsula Maruyama**  
**maruyama.academic@hotmail.com**  
**CEFET-RJ**

**Jose Aires Trigo**  
**jose.trigo09@gmail.com**  
**UNESA**

**Lara Brunelle Almeida**  
**brunellyalmeida@live.com**  
**UNESPAR**

**Resumo:** Este estudo evidencia a importância da valorização dos espaços culturais em prol do desenvolvimento social, ao apresentar perspectivas que, para além de ajudar na compreensão do passado, favorecem reflexões em direção ao futuro. Nesse contexto, pretende-se identificar e discutir os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades para a visitação aos equipamentos culturais do Estado do Rio de Janeiro. Por meio de levantamento bibliográfico e documental, tendo como embasamento o método indutivo de pesquisa, analisaram-se os fatos para inferir condições que conduzem às estratégias para o desenvolvimento do turismo local e regional. A ferramenta para análise foi a SWOT. Os resultados apurados indicaram que, embora se observem distinções significativas entre as regiões, seus territórios reúnem desafios perante um cenário urbano de profundas crises, de ordem econômica, educacional, de segurança pública e mobilidade, entre outras fragilidades nos serviços sociais básicos do estado, agravados ainda pela pandemia de Covid-19. Em contrapartida, o potencial identificado para o turismo cultural nas regiões analisadas revelou-se bastante positivo e com uma riqueza de elementos. São necessárias estratégias concentradas em superar o subaproveitamento deste potencial, a fim de melhorar a comunicação entre os equipamentos culturais disponíveis e seus possíveis públicos, ampliando a participação popular, a formação de redes de cooperação mútuas entre organizações, pessoas e regiões, ao mesmo tempo em que as complexas conjunturas sociais às quais esses territórios estão submetidos sejam devidamente contempladas pelo poder público.

**Palavras Chave:** Análise SWOT - Turismo cultural - Educação - Rio de Janeiro - Covid-19

## 1. INTRODUÇÃO

Sabemos que os pontos históricos e culturais de uma região são fundamentais para a interpretação da identidade de uma sociedade, expressando valores e narrativas que possibilitam diversos intercâmbios de conhecimento, assim como um necessário resgate de memórias locais, sendo o Turismo Cultural uma experiência capaz de engrandecer as relações dos sujeitos com o mundo e estabelecer diálogos com diferentes saberes e culturas. Desse modo, evidencia-se a importância da existência e valorização dos espaços culturais em prol do desenvolvimento social, ao apresentarem perspectivas que, para além de ajudar na compreensão do passado, favorecem reflexões e olhares em direção ao nosso próprio futuro enquanto sociedade.

Assim, no caso do Rio de Janeiro, devido à sua reconhecida trajetória de grande destaque na história da formação do Brasil, tal herança contribuiu para que o estado concentrasse uma gama de bens culturais que agregam locais de enorme importância histórica, tornando esse território muito significativo ao se pensar a patrimonialização cultural e turística de todo o país. No entanto, os principais centros culturais também colaboram para reproduzir uma desigualdade socioeconômica, o que compromete a democratização da cultura na sociedade fluminense (BOURDIER & DARBEL, 2003).

Nesse contexto, cabe destacar um fator externo que impactou vários setores econômicos, como o de turismo. Descoberto em dezembro de 2019 na China, um novo vírus de uma doença, Sars-Cov-2 (Covid-19), que causa sintomas respiratórios, podendo levar à morte de pessoas. A transmissão costuma ocorrer pelo ar ou por contato pessoal com secreções contaminadas. Não existe um tratamento específico; por isso, deve-se intensificar a prevenção individual com a utilização de máscaras o tempo todo, o reforço de hábitos de higiene e a desinfecção do ambiente, além de evitar aglomerações e ambientes fechados, e principalmente o contato físico com outras pessoas, caso esteja com a doença (OPAS, 2020).

A partir do momento que a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou situação de pandemia em 2020 e que sistemas de saúde de diversos países entraram em colapso, a medida de distanciamento social se tornou elementar para redução do contágio do vírus Sars-Cov-2, gerando o fechamento de fronteiras e a paralisação nas atividades de diversos setores, dentre eles o turismo, que naturalmente requer deslocamento e contato físico para a consumação da experiência turística (LEITE, DOS SANTOS & LEITE, 2020; SILVA et al., 2021).

Cabe destacar que de acordo com pesquisas oficiais do Barômetro Mundial do Turismo da Organização Mundial de Turismo e do Conselho Mundial de Viagens e Turismo, antes da pandemia era pujante a expansão econômica das atividades turísticas (UNWTO, 2019; WTC, 2019; SILVA et al., 2021). Mas, mediante o Sars-Cov-2, o setor foi fortemente impactado, sobretudo para os microempreendedores individuais (MEIs), microempresas (MEs) e empresas de pequeno porte (EPP). É o que demonstraram os indicadores de faturamento das atividades turísticas, em que se mensuram a receita nominal da atividade no Brasil, colacionando diretamente a estrutura de faturamento e o porte da empresa (FGV/EBAPE, 2020).

Para adaptação ao fenômeno evidenciado, uma das medidas recomendadas por organizações internacionais e nacionais do Turismo para controlar os impactos da pandemia do Covid-19 é que profissionais do setor de Turismo se especializem e adquiram novos conhecimentos para se preparar para este novo futuro, reconhecendo o ambiente e implementando novas tecnologias para seus produtos e serviços e a recuperação do setor (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020a).

Nesse sentido, durante a pandemia da Covid-19 surgiram ações e mecanismos de controles normativos emitidos pelo Ministério do Turismo (MTur), a exemplo do “Selo de

Turismo Responsável, Limpo e Seguro” que identifica e certifica os estabelecimentos e guias de turismo que cumprem normas sanitárias e protocolos de segurança, bem como dispõem de melhores práticas para o viajante (BRASIL, 2020a; SOUZA, 2021), e a regulamentação da Lei nº 14.017, denominada como “Lei Aldir Blanc” que dispõe sobre ações emergenciais para o setor cultural (BRASIL, 2020b; SOUZA, 2021).

Os instrumentos de políticas públicas adotados no Brasil almejavam o processo de retomada da atividade turística. A implantação de medidas, oriundas da complementariedade do Mtur com outras esferas de atuação governamental, foi relevante e oportuna à contenção da iminente crise econômica no setor turístico. Possivelmente, essas medidas auxiliarão na redução temporária dos impactos negativos da pandemia nos múltiplos segmentos que compõem a cadeia produtiva no turismo (SOUZA, 2021).

Torna-se imprescindível um trabalho conjunto entre os observatórios e centros de inovação em turismo, as universidades públicas e privadas, os governos municipais, estaduais e federal, os empresários, as organizações da sociedade civil e a comunidade, para o monitoramento e o controle da pandemia do Covid-19, sendo que a utilização da inteligência de dados e informações é um elemento diferencial (GÖSSLING, SCOTT & HALL, 2020; MEDAGLIA & SILVEIRA, 2020).

Não obstante, o marketing digital turístico, pode ser utilizado para subsidiar a construção e implementação de ações estratégicas e inteligentes para a recuperação do setor. Pois, trata-se de um conjunto de processos em que se é possível não só alcançar o público-alvo, mas também comunicar a imagem de um destino turístico seguro, a partir das análises de tendências comportamentais e de mercado durante as fases da pandemia (BENI, 2020; SILVA et al., 2021). Ou seja, propicia um ajuste entre a oferta e a demanda turística que auferem vantagem competitiva aos destinos turísticos.

Contudo, independente do período da pandemia, vem se observando uma baixa procura por visitação de patrimônios e centros culturais localizados no estado do Rio de Janeiro (ARRUDA & CANSIAN, 2019). Isto revela um não aproveitamento por parte da população e da comunidade de entorno desses espaços. É constatado in loco que pessoas das adjacências desses pontos nunca sequer os visitaram, mesmo com a localização privilegiada, gratuidade ou preços de ingressos acessíveis dessas atrações.

A falta de apoio do governo, de investimento da atividade turística, de disponibilidade de linhas de crédito, de incentivos fiscais, de participação/ envolvimento de estudantes da área e de estímulo ao empreendedorismo dificultam a sobrevivência do turismo, em várias instâncias (local, regional e nacional). Mais do que isso, esses são fatores que desestimulam atividades e ações (oficiais e do setor privado), de forma sustentável, para o desenvolvimento do turismo (MAGALHÃES, 2002).

Cumpra ressaltar que deve haver medidas propostas pelo Plano Nacional de Turismo (PNT 2018-2022) que procuram consolidar o turismo como um eixo estratégico efetivo de desenvolvimento econômico do país e promover a valorização do patrimônio cultural e natural para visitação turística.

- I - aumentar a entrada anual de visitantes internacionais no País, de seis milhões e quinhentas mil pessoas para doze milhões de pessoas;
- II - aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais no País, de US\$ 6.500.000.000,00 (seis bilhões e quinhentos milhões de dólares) para US\$ 19.000.000.000,00 (dezenove bilhões de dólares);
- III - aumentar o número de viagens de turistas brasileiros pelo País, de sessenta milhões de pessoas para cem milhões de pessoas; e
- IV - aumentar o número de vagas para empregos no setor de turismo, de sete milhões para nove milhões. (BRASIL, 2019, art.2º).



Deve existir a preocupação em estudar melhor os patrimônios a fim de envolver a sociedade para, não apenas, reconhecê-los, bem como em preservar e valorizar a cultura, como uma estratégia, alinhada ao Plano Nacional de Turismo (2018-2022), de promoção da sustentabilidade. Mais especificamente, capacitar alunos de curso da área de Turismo, que serão futuros profissionais do setor de turismo e cultural a desenvolver tarefas no campo do turismo e da gestão de negócios, fortalecendo o turismo.

Por esses motivos, este artigo busca discutir os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades para a visita de patrimônios culturais localizados no Estado do Rio de Janeiro, a fim de se buscar estratégias para a valorização dos espaços culturais.

A partir dessas reflexões iniciais, mediante o cenário da pandemia do Covid-19 e as possíveis implicações no turismo, a questão problema que norteia esta pesquisa é: quais são as características do segmento do turismo cultural no Estado do Rio de Janeiro? Nesta perspectiva, este estudo objetiva evidenciar a importância da valorização dos espaços culturais em prol do desenvolvimento social, ao apresentar perspectivas que, para além de ajudar na compreensão do passado, favorecem reflexões em direção ao futuro. Para tanto, realizou-se, a partir de levantamento bibliográfico e documental, uma análise dos aspectos que contextualizam o segmento, fazendo uso da ferramenta análise SWOT.

Para apresentar os resultados da investigação proposta, este artigo está estruturado em cinco seções. A primeira seção é composta desta introdução, em que se contextualiza a temática do turismo cultural e seus impactos mediante a pandemia do Covid-19. A segunda seção apresenta a caracterização do objeto de estudo, enquanto na terceira seção são expostos os procedimentos metodológicos. Na quarta seção se encontram os resultados, seguido das respectivas discussões. Na quinta seção é apresentada a conclusão deste estudo.

## **2. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO**

O turismo cultural vem atraindo o interesse de visitantes nacionais e internacionais que viajam pelo Brasil. O país destaca-se em 8º lugar por seus recursos culturais e o 1º lugar em recursos naturais com relação a 141 nações do mundo. Isto reflete o potencial expressivo. O país apresenta mais de 3 mil museus em funcionamento em todos os seus estados. Somente os administrados pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), receberam quase um milhão de visitantes em 2016 (GURGEL, 2017).

Para que esses fatos colaborem para o crescimento do setor no país, o Ministério do Turismo tem a função de “elevar o turismo à condição de importante vetor de desenvolvimento econômico e social do país” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020c, s.n.).

Alinhado ao Plano Nacional do Turismo 2018-2020, deve-se realizar a qualificação no turismo a partir da promoção e oferta de cursos de capacitação e profissionalizantes, destinados aos profissionais que já trabalham na cadeia produtiva do turismo e demais pessoas que tenham interesse no setor (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020b).

Espera-se que um futuro gestor de turismo possa atuar no planejamento, na elaboração e gestão de programas, projetos, atividades e políticas inerentes ao turismo integradas ao contexto das relações humanas em diferentes espaços geográficos e dimensões socioculturais, econômicas e ambientais (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2016).

No país, em 2021, segundo a Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC) eram ofertados pela rede federal de educação profissional, científica e tecnológica no eixo tecnológico de turismo, hotelaria e lazer cerca de 335 cursos, dentre os de qualificação profissional, cursos técnicos, cursos superiores de tecnologia e bacharelados, especializações e mestrados profissionais (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2022).



O Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (Cefet/RJ) faz parte da rede SETEC/MEC e possui cerca de 6 cursos na área de turismo em três de seus campi (Tabela 1).

**Tabela 1:** Tipos de cursos no eixo de turismo presente no Cefet/RJ em 2021.

| UNIDADE DE ENSINO  | NOME DO CURSO                              | CURSOS | CONCLUINTES |
|--------------------|--|--------|-------------|
| Uned Nova Friburgo | Gestão de turismo (tecnólogo)              | 1      | 16          |
| Uned Petrópolis    | Gestão de turismo (tecnólogo) <sup>1</sup> | 1      | 1           |
|                    | Turismo (bacharelado)                      | 1      | 18          |
| Unidade Maracanã   | Gestão de Turismo (tecnólogo) <sup>2</sup> | 1      | 60          |
|                    | Técnico em guia de turismo (técnico)       | 2      | 30          |
| Total              |  | 6      | 125         |

**Nota 1:** O curso encontra-se em descontinuidade. Foi ofertado até o segundo semestre de 2014.

**Nota 2:** O curso tecnólogo na unidade Maracanã é na modalidade de ensino à distância (EaD), enquanto os demais são presencialmente.

**Fonte:** MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (2022)

Por ser na modalidade de ensino à distância (EaD), o curso de Gestão de Turismo vem atraindo estudantes pela sua possibilidade de flexibilidade nos estudos, principalmente quanto à liberdade de horários, pelo atendimento a estudantes com restrições orçamentárias e pela instalação de polos de apoio presencial em várias regiões do Estado. No caso do Cefet/RJ, o curso de Gestão de Turismo da unidade Maracanã, surgido no ano de 2012, tem atuação em 5 polos: Niterói, Rocinha, Nova Iguaçu, Duque de Caxias e Miguel Pereira.

Considerando que os estudantes desse curso, residem em um Estado que tem uma importância cultural para o crescimento do país e são difusores de ideias que possam ser absorvidas pelos segmentos associados ao turismo, urge a necessidade de implementação de um Escritório de Projetos, que venha convergir as áreas de gestão, turismo e sustentabilidade. O projeto deve estar comprometido com os estudos de diagnóstico e análises de gestão de produtos e serviços turísticos, articulando os conhecimentos adquiridos, em aula, ao desenvolvimento de iniciativas e soluções para atrair a visitação aos patrimônios. Dessa forma, promove e amplifica a cultura da gestão de projetos em turismo, gerenciando “os fatores internos e externos aos patrimônios turísticos presentes”, mediante o uso de métodos e instrumentos de gestão de projetos, seja colaborando a “minimizar os riscos associados e maximizar as oportunidades verificadas” (RODRIGUES, RABECHINI JÚNIOR & CSILLAG, 2006).

Os patrimônios ou pontos ou centros culturais que serão identificados e analisados, convergem com os polos de apoio do curso de Gestão de Turismo e são: Rio de Janeiro, Niterói, Rocinha, Duque de Caxias, Nova Iguaçu e Miguel Pereira. O centro do Rio de Janeiro também foi incluído no levantamento pela relevância da região, mas que não se configura como um polo.

As regiões do centro da cidade do Rio de Janeiro e Niterói guardam semelhanças quanto à congregação de um patrimônio artístico e histórico-cultural destacadamente múltiplo, dispondo de uma ampla variedade de acervos, museus, centros culturais, igrejas, teatros, bibliotecas e complexos arquitetônicos de grande relevância para a história do Brasil

(ARRUDA & CANSIAN, 2019; FECOMÉRCIO RJ, 2018; MINISTÉRIO DA CULTURA, 2020; OI FUTURO, 2019; SECRETARIA MUNICIPAL DAS CULTURAS E FUNDAÇÃO DE ARTE DE NITERÓI, 2020).

Já Duque de Caxias e Nova Iguaçu, ambas situadas na região da baixada fluminense, apresentaram um potencial para o turismo cultural muitas vezes desconhecido, por meio de pequenos museus, edificações em ruínas, igrejas históricas e demais equipamentos frequentemente integrados aos patrimônios naturais destas cidades (ANGELO, 2015; DIAS, 2019).

O território da Rocinha, por sua vez, evidenciou particularidades devido ao forte caráter comunitário presente em suas atrações culturais, explorando a organização coletiva por meio de mídias alternativas como rádio e TV comunitárias, museu itinerante, centros sociais de arte, música e dança e outros projetos culturais voltados para a ocupação das ruas e visando o benefício da população local enquanto função social (SERSON, PIRES, 2008). Por fim, a região de Miguel Pereira destacou-se por algumas estruturas arquitetônicas de grande notoriedade, antigas fazendas, igrejas históricas e festivais, sendo que todas as seis regiões analisadas nesse estudo apresentam, com destaque, uma forte historicidade em seu potencial cultural e turístico (PORTAL VALE DO CAFÉ, 2020).

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos básicos para a realização do estudo limitaram-se às pesquisas bibliográfica e documental em meios eletrônicos, por conta da pandemia vivenciada no ano de 2020. Durante o processo de coleta de dados, foram efetivadas consultas que procurassem estabelecer o embasamento teórico que norteasse o método de construção da pesquisa. Cabe destacar que as informações coletadas sobre os patrimônios e pontos culturais/ históricos selecionados foram a base sobre a qual o trabalho foi desenvolvido. Dessa forma, utilizou o método indutivo de pesquisa, que consiste em analisar os fatos para se chegar a uma conclusão para o desenvolvimento do turismo local e regional. Para Parra & Santos (2003, p.77), “o método indutivo vai permitir, a partir de observações, inferir condições e situações gerais e esperadas”.

A natureza deste artigo é qualitativa, que foca no caráter subjetivo do objeto a ser analisado, estudando as particularidades e experiências de cada polo, por exemplo (Lakatos, Marconi, 2011). Quanto aos objetivos, enquadra-se como pesquisa exploratória, pois proporciona maior familiaridade com o tema ou objeto de estudo, de forma a “oportunizar um maior conhecimento sobre este” (SCHWANKE, 2013).

Nesse contexto, pretende-se promover um diagnóstico e, posteriormente uma análise do atual cenário cultural do estado do Rio de Janeiro: centro da cidade do Rio de Janeiro e nos polos de apoio presencial do curso de turismo, através do instrumento de planejamento e gestão análise SWOT.

A sigla SWOT é oriunda do idioma inglês e um acrônimo de *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). A análise é utilizada para verificar a posição estratégica de uma organização ou, neste caso, do segmento em questão (OLIVEIRA, 2007). E para isso, deve-se conhecer cada variável que compõe o que se denomina de Matriz SWOT. Normalmente, as Forças se caracterizam como atributos únicos do segmento e que levam em direção aos objetivos pretendidos. As Fraquezas são representadas pelo que a organização/ o setor não faz bem e poderia ser melhor; logo, se afastam dos objetivos. No ambiente externo, as Oportunidades estão presentes e devem estar alinhadas à visão da organização ou segmento; e normalmente, não são exploradas pela organização. Enquanto as Ameaças podem prejudicar a performance do segmento e estão relacionadas aos aspectos político, social, econômico e tecnológico.



Assim, esta análise torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de um determinado local, a partir da identificação de elementos que caracterizam as Forças e Fraquezas presentes no microambiente (ambiente interno do sistema da organização ou do segmento investigado) e dos elementos que representam as Oportunidades e Ameaças observadas no macroambiente (ambiente externo à organização ou ao segmento investigado) (RUDZEWICZ, FRITZEN, CERETTA, 2013).

As etapas para o desenvolvimento do artigo consistem em:

Etapa 1: Identificar as principais variáveis relacionadas às Forças e Fraquezas, verificadas no segmento cultural do centro da cidade do Rio de Janeiro, Niterói, Rocinha, Duque de Caxias, Nova Iguaçu e Miguel Pereira, e as Oportunidades e Ameaças presentes no ambiente externo aos pontos culturais.

Etapa 2: Realizar o cruzamento das variáveis:

- Forças (Pontos Fortes) e Oportunidades para responder a pergunta: Há a busca da capitalização para promover o desenvolvimento de patrimônios mais acessíveis e mais preparados para consolidação de suas atividades culturais e históricas?

- Fraquezas (Pontos Fracos) e Ameaças para responder a pergunta: Há a busca pela sobrevivência dos patrimônios, procurando eliminar ou minimizar ao máximo as fragilidades e monitorar as ameaças?

Etapa 3: Pensar em estratégias a partir dos resultados do cruzamento das variáveis.

#### 4. RESULTADOS

A análise SWOT trata dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, a fim de que o setor tenha percepção da verdadeira situação no mercado e no que será preciso concentrar seus esforços para a sobrevivência no mercado.

As variáveis da SWOT serão levantadas e identificadas nos equipamentos culturais, que se encontram no centro da cidade do Rio de Janeiro e nos polos de apoio do curso de Gestão de Turismo, os quais são: Niterói, Rocinha, Duque de Caxias, Nova Iguaçu e Miguel Pereira.

Para colaborar com a discussão do artigo e atendendo às etapas 1 e 2 dos procedimentos metodológicos, foram elaborados quadros que fazem os cruzamentos das variáveis da SWOT. O quadro 1 demonstra os Pontos Fortes e as Oportunidades, que se destacam ou coincidem entre os pontos culturais/ históricos dos polos e do centro da cidade do Rio de Janeiro.

**Quadro 1:** Cruzamento entre os Pontos Fortes e as Oportunidades

| PONTOS FORTES (S)   | OPORTUNIDADES (O)   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grande concentração de museus, centros culturais, teatros, bibliotecas e igrejas históricas;</li> <li>▪ Gratuidade e/ou preços acessíveis;</li> <li>▪ Forte historicidade local;</li> <li>▪ Conjuntos arquitetônicos tombados;</li> <li>▪ Acervos de grande autenticidade e relevância;</li> <li>▪ Alternativas de visitas guiadas para grupos de estudantes ou grupos previamente agendados.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Possibilidade de formação de redes entre equipamentos culturais e parcerias entre municípios vizinhos que reúnam bens patrimoniais com características similares,</li> <li>▪ Avanços tecnológicos que permitem novas formas de interação com o público;</li> <li>▪ Condições para ampliação de iniciativas educacionais bem-sucedidas em espaços culturais;</li> <li>▪ Fortalecimento do Turismo de Base Comunitária;</li> <li>▪ Crescimento da demanda de pessoas interessadas em experiências culturais</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ União entre moradores na organização e protagonismo das iniciativas culturais;</li> <li>▪ Dinamismo e inovação no uso dos espaços públicos;</li> <li>▪ Identidade própria, criatividade e autenticidade na diversidade de suas práticas culturais,</li> <li>▪ Arquitetura religiosa e ferroviária;</li> <li>▪ Histórico de celebrações religiosas e promoção da cultura local por meio de festas populares;</li> <li>▪ Presença de escolas de samba e tradição em eventos carnavalescos.</li> <li>▪ Roda de samba, capoeira; hip hop e grafite;</li> </ul> | <p>mais autênticas e em regiões descentralizadas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Viabilidade de uso criativo dos espaços para atividades e eventos além das visitas convencionais;</li> <li>▪ Moradores engajados na transformação de sua realidade social a partir da cultura;</li> <li>▪ Localização estratégica na região metropolitana do Rio de Janeiro, com fácil acesso a grandes centros;</li> <li>▪ Possibilidade de incrementar a participação popular nos processos de planejamento e desenvolvimento do turismo cultural.</li> </ul> |
|---|--|

**Fonte:** Elaboração própria

O quadro 2 mostra os Pontos Fracos e Ameaças, que se verificam ou coincidem entre os pontos culturais/ históricos dos polos e do centro da cidade do Rio de Janeiro, a partir do cruzamento das variáveis da análise SWOT.

**Quadro 2:** Cruzamento entre os Pontos Fracos e as Ameaças

| <b>PONTOS FRACOS (W)</b>  | <b>AMEAÇAS (T)</b>   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poucas iniciativas de cooperação, troca de experiências e formação de redes entre os equipamentos culturais;</li> <li>• Fragilidades na comunicação com o público de forma ampla e democrática, com dificuldades para se atingir alguns grupos sociais;</li> <li>• Baixa divulgação das atrações culturais disponíveis e incompletude de informações oferecidas virtualmente;</li> <li>• Escassez de recursos disponíveis para acessibilidade e inclusão;</li> <li>• Grande quantidade de equipamentos culturais que não possuem site próprio e/ou páginas para interação nas redes sociais;</li> <li>• Pulverização de informações em diversos sites diferentes;</li> <li>• Carência de dados transparentes sobre fluxos de visitação e perfil de visitantes;</li> <li>• Uso incipiente de inovações tecnológicas;</li> <li>• Baixa disponibilização de acervos digitais;</li> <li>• Participação popular insuficiente na preservação dos patrimônios culturais;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemia de COVID-19;</li> <li>• Crise de segurança pública e violência urbana;</li> <li>• Crise econômica e alto índice de desemprego;</li> <li>• Falta de investimentos públicos e dificuldades de captação de recursos para a cultura;</li> <li>• Desarticulação política por parte dos órgãos administrativos e carência de políticas integradas;</li> <li>• Fragilidades educacionais e precarização do ensino;</li> <li>• Desigualdade social e de renda, que tende a se perpetuar na ocupação dos espaços culturais;</li> <li>• Tendência de concentração de pontos culturais em locais distanciados das regiões mais periféricas;</li> <li>• Imagem midiática estigmatizada, enfocando aspectos negativos da realidade local que excluem a visibilidade do potencial cultural e turístico de algumas regiões;</li> <li>• Mobilidade urbana dificultada por problemas locais de infraestrutura;</li> <li>• Preconceitos sociais que marginalizam moradores periféricos e desprestigiam suas práticas culturais;</li> </ul> |

**Fonte:** Elaboração própria

Quando se identifica uma Força, ela deve ser estimulada, e ao contrário, a Fraqueza encontrada deve ter seus efeitos minimizados. No ambiente externo, cujo controle é inexistente, devem-se estar atento às Oportunidades, e saber utilizá-las da melhor forma, e evitar as Ameaças.

#### 4.1. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na etapa 3, são apresentadas estratégias identificadas a partir dos cruzamentos das variáveis da análise SWOT, que buscam promover o desenvolvimento dos patrimônios para a consolidação das atividades culturais e históricas, bem como a sobrevivência daqueles patrimônios, procurando eliminar ou minimizar ao máximo as fragilidades e monitorar as ameaças.

No quadro 1, a pergunta formulada a partir do cruzamento entre as Forças e Oportunidades fornece subsídios para a construção de uma estratégia de desenvolvimento dos patrimônios nos polos e no centro da cidade do Rio de Janeiro. Para isso, antes, devem-se identificar os elementos que fazem parte deste tipo de estratégia para se buscar as melhores chances de sucesso/ consolidação das atividades culturais/ históricas presentes nos polos, como:

- Qualificar os serviços ofertados aos clientes por meio da capacitação de estudantes e de agentes locais, envolvidos direta e indiretamente com o turismo com foco na melhoria do atendimento e aumento da satisfação do usuário.
- Executar um projeto regional de inventário turístico por meio de integração entre as secretarias municipais e associações relacionadas ao turismo e as Instituições de Ensino Superior regionais, para o levantamento e sistematização das informações referentes ao setor turístico regional.
- Fortalecer cidades, menos conhecidas pelos seus atrativos culturais/ históricos, como polo regional de serviços por meio da oferta de atendimento qualificado e diferenciado para satisfazer e superar as expectativas dos usuários em geral.
- Incentivar a gestão de programas e projetos de governo, em âmbito municipal, estadual ou federal, por meio do desenvolvimento de um conselho de cultura, a fim de ampliar a participação dos atores locais.

No quadro 2, verifica-se que, a partir do cruzamento entre as Fraquezas e Ameaças, deve-se prover subsídios para a construção de uma estratégia de reestruturação dos patrimônios, procurando eliminar ou minimizar ao máximo as fragilidades e evitar ou monitorar as ameaças. Dessa forma, devem-se conhecer os elementos que permitam a reestruturação dos patrimônios, modificando algumas características internas a fim de superar os aspectos desfavoráveis do ambiente, como:

- Identificar e localizar os atrativos turísticos municipais por meio de detalhada pesquisa de campo a fim de definir a amplitude das potencialidades locais e guiar projetos de captação de recursos no âmbito estadual e federal.

Diante de tantas ameaças sociais, políticas e econômicas, e agora a da pandemia, que afligem o setor cultural, questionou-se de que forma os patrimônios culturais se mantêm, procurando minimizar e monitorar os aspectos negativos externos. Uma das soluções seria o uso de uma estratégia de diferenciação. Diferenciar-se de seus concorrentes, potencializando e valorizando seus pontos fortes para suportar as ameaças existentes.

Ao contrário, diante do surgimento de potenciais oportunidades existentes no ambiente externo, como se verifica o crescimento dos patrimônios culturais/ históricos. E uma das soluções seria o uso de uma estratégia de correção, que indica o caminho que deve ser aproveitado pelo setor para que usufrua das oportunidades existentes, a fim de reduzir suas fraquezas, como:

- Ajustar a infraestrutura turística para melhorar o atendimento de visitantes e residentes aos patrimônios, quanto às condições sanitárias das imediações do patrimônio e informações turísticas, em mais de uma língua.
- Para atender as necessidades regionais de transporte, deve-se realizar um planejamento acerca do uso dos acessos para se chegar aos pontos culturais/turísticos.
- Desenvolver um plano de marketing do setor com intuito de potencializar a participação em feiras e eventos, em caráter comercial, no âmbito local, regional, nacional e internacional, de forma a melhorar o fluxo atrativo sobre os patrimônios existentes.
- Fazer um levantamento de dados turísticos locais e regionais, por meio de pesquisas integradas com objetivo de implementar um sistema de informações turísticas.
- Investir na capacitação e qualificação gerencial de funcionários dos patrimônios com a utilização de ações de benchmarking que venham a demonstrar experiências bem-sucedidas e mobilizar os empreendimentos locais.
- Sensibilizar a população sobre a importância do turismo cultural/ histórico para seu município, a fim de resgatar o sentimento de pertencimento da população com sua cidade, valorizando a identidade local e regional.
- Adotar princípios da sustentabilidade nos diversos setores da economia local, principalmente junto ao setor turístico, de modo a garantir uma gestão pública sustentável, participativa e eficiente.

## 5. CONCLUSÃO

À vista de um cenário altamente complexo, permeado por crises de natureza ambiental, econômica, sanitária e até mesmo política, sobretudo em uma área cuja realidade social expõe diversas contradições como no estado do Rio de Janeiro, discutir estrategicamente os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades para o planejamento sustentável do turismo cultural assume relevância ainda maior. Diante disso, a ferramenta de gestão análise SWOT apresentou-se como uma alternativa bastante oportuna para o conhecimento de variáveis internas e externas que influenciam na consolidação do potencial cultural de uma localidade, salientando os aspectos que podem fortalecer ainda mais os seus pontos favoráveis, sem que as devidas fragilidades implicadas nesses territórios sejam desprezadas.

Assim, pelo presente estudo, buscou-se refletir criticamente sobre diversas circunstâncias capazes de impactar a realidade das visitas culturais nas áreas pesquisadas, estas situadas nas regiões dos polos acadêmicos do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Cefet-RJ (Niterói, Rocinha, Miguel Pereira, Duque de Caxias, Nova Iguaçu) e centro da cidade do Rio de Janeiro. Destaca-se que apesar das singularidades guardadas por cada uma dessas localidades, foi constatado pela pesquisa um expressivo potencial subaproveitado em todas as regiões listadas, mas que esbarra ainda em múltiplos problemas estruturais do estado.

A ampla crise de segurança pública no Rio de Janeiro, embora apresente índices mais alarmantes na região da baixada fluminense e Rocinha dentre as localidades pesquisadas, mostrou-se uma realidade ameaçadora para todos os territórios analisados, ainda que menos grave em Miguel Pereira. Somando-se às instabilidades igualmente preocupantes de ordem econômica, educacional e de infraestrutura que comprometem fortemente o aproveitamento

pleno do potencial cultural dessas regiões, nesse contexto, a repentina pandemia de Covid-19 agravou ainda mais uma conjuntura que já era suficientemente grave, adicionando novos desafios para as gestões públicas, o setor turístico e a subsistência dos equipamentos culturais.

Apesar de algumas regiões como Centro do Rio de Janeiro e Niterói atraírem uma considerável atenção para seus notórios bens históricos e culturais, a observação de um subaproveitamento do potencial cultural em todas as localidades pesquisadas, mesmo que em diferentes medidas, por si só já anuncia um cenário de amplas oportunidades para que a valorização cultural no estado possa servir como um recurso para ampliação do bem estar social e até mesmo de enfrentamento perante a atual crise multifacetada que desafia o Rio de Janeiro e todo o país. Destaca-se ainda que tal diversidade de bens culturais identificados, conservados em áreas de grande relevância histórica, se agrega à riqueza e inventividade de nossa cultura popular, abundantemente manifesta mesmo em áreas de enorme vulnerabilidade social, como no caso da comunidade Rocinha e territórios de menor visibilidade e, tradicionalmente, menos valorizados por suas atrações culturais, como Nova Iguaçu e Duque de Caxias.

Deste modo, considerando ainda alguns indícios que apontam para um crescimento no interesse pelo turismo cultural, contemplam-se inúmeras possibilidades de formações de redes e interações entre as distintas regiões e suas atrações, visando a democratização e ressignificação criativa do uso de seus equipamentos culturais, a ampliação da participação popular nos processos de planejamento e desenvolvimento das potencialidades desses espaços, o maior aproveitamento do avanço tecnológico contemporâneo para buscar novas maneiras de comunicação com o público e fomento à acessibilidade e inclusão, dentre outras transformações sociais que, a todo momento, nos convocam a pensar outras perspectivas para o horizonte do turismo cultural.

Para isso, constatou-se a necessidade de que haja um aprimoramento nas ferramentas de comunicação e divulgação junto aos diversos públicos, assim como faz-se indispensável uma atenção especial às iniciativas de cooperação mútua e estreitamento do diálogo para troca de experiências entre as organizações, gestores públicos e sociedade de forma ampla. Contudo, cumpre ressaltar que tais iniciativas não prescindirão de uma resposta firme do poder público às urgências relacionadas aos problemas econômicos, de segurança, educacionais e de infraestrutura de serviços básicos que assolam a população, pois todos esses critérios são fundamentais para o desenvolvimento cultural sustentável de uma sociedade. Ainda, a atenção crítica a possíveis reproduções de desigualdades sociais dentro dos próprios espaços culturais e os altos muros que estes ainda exibem para alguns grupos sociais são inquietações que assumem posição de destaque dentro dessa discussão.

Por fim, sem a pretensão de que este estudo tenha esgotado o tema, espera-se que este trabalho inspire novas pesquisas voltadas a investigação de vulnerabilidades e potencialidades culturais de outras regiões do estado do Rio de Janeiro e sugere-se que outros estudos possam ser realizados a fim de explorar as possibilidades de análises destas regiões por meio de outras ferramentas de gestão, fomentando assim o necessário debate sobre as condições da valorização cultural dentro do estado.

## 6. REFERÊNCIAS

ANGELO, E.R.B. Patrimônio Cultural no século XXI: Pessoas, Lugares, Histórias, Memórias e Identidades em Nova Iguaçu, RJ. In: XXVIII Simpósio Nacional de História. Florianópolis, Santa Catarina, pp.1 – 18, 2015. Disponível em: [https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548945025\\_2c840ed190b4263b1a140b2d8f75685b.pdf](https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548945025_2c840ed190b4263b1a140b2d8f75685b.pdf) Acesso 5 Nov. 2020.

**ARRUDA, C. G. & CANSIAN, K. F.** Ocupação urbana, histórica e turística do Rio De Janeiro: edificações representativas do corredor cultural no centro e a importância de sua preservação. Humanidades em Revista. 1(2), 2019, pp.112-124. Disponível em: <http://seer.unirio.br/hr/article/view/10887> Acesso 2 Out. 2020.

**BENI, M. C.** Turismo e Covid-19: Algumas Reflexões Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 12(3). 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>

**BOURDIEU, P. & DARBEL, A.** O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Zouk, 2003.

**BRASIL.** Decreto nº 9.791, de 14 de Maio de 2019. Aprova o Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Ministério do Turismo, Brasília, 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm) Acesso 20 Out. 2020.

**BRASIL.** Ministério do Turismo. Selo turismo responsável: Limpo e seguro. 2020a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/> Acesso 1 Mar. 2021.

**BRASIL.** Presidência da República. Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Diário Oficial da União de 30/06/2020. 2020b. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.017-de-29-de-junho-de-2020-264166628> Acesso 3 Dez. 2020.

**BRASIL.** Presidência da República. Medida Provisória nº 948, de 8 de abril de 2020. Dispõe sobre medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise decorrente da pandemia da covid-19 nos setores de turismo e de cultura. Diário Oficial da União de 08/04/2020. 2020c. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm) Acesso 3 Dez. 2020

**DIAS, M.S.** Gestão cultural na Baixada Fluminense: Uma análise das Políticas Públicas no Município de Duque de Caxias-RJ. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Nova Iguaçu, Rio de Janeiro. (Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Turismo), 2019. Disponível em: [https://www.academia.edu/42049744/GEST%C3%83O\\_CULTURAL\\_NA\\_BAIXADA\\_FLUMINENSE\\_UMA\\_ANALISE\\_DAS\\_POL%C3%8DTICAS\\_P%C3%9ABLICAS\\_NO\\_MUNIC%C3%8DPIO\\_DE\\_DUQUE\\_DE\\_CAXIAS\\_RJ](https://www.academia.edu/42049744/GEST%C3%83O_CULTURAL_NA_BAIXADA_FLUMINENSE_UMA_ANALISE_DAS_POL%C3%8DTICAS_P%C3%9ABLICAS_NO_MUNIC%C3%8DPIO_DE_DUQUE_DE_CAXIAS_RJ) Acesso 5 Nov. 2020.

**FECOMÉRCIO RJ.** Rio em Números: Análises de dados socioeconômicos do Estado do Rio de Janeiro 2019. Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: [http://www.fecomercio-rj.org.br/sites/default/files/fecomercio-rio/files/pagina\\_arquivo/rio\\_em\\_numeros\\_an1\\_numero01\\_print\\_completo\\_ifec\\_0.pdf](http://www.fecomercio-rj.org.br/sites/default/files/fecomercio-rio/files/pagina_arquivo/rio_em_numeros_an1_numero01_print_completo_ifec_0.pdf) Acesso 5 Nov. 2020.

**FGV/EBAPE.** Impacto econômico do covid-19: propostas para o turismo brasileiro. 2020. 2ª ed. Disponível em: [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19\\_impactoeconomico\\_turismo2\\_v07\\_fichacatalografica.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19_impactoeconomico_turismo2_v07_fichacatalografica.pdf) Acesso 9 Mar. 2021.

**GÖSSLING, S., SCOTT, D. & HALL, C. M.** Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 29(5), p. 1-20, 2020 doi: <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

**GURGEL, G.** Museus estão entre os atrativos turísticos mais visitados no Brasil. Ministério do Turismo, Brasília, 2017. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7464-museus-est%C3%A3o-entre-os-atrativos-tur%C3%ADsticos-mais-visitados-no-brasil-3.html> Acesso 2 Out. 2020.

**LAKATOS, E.M. & MARCONI, M.A.** Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2011.

**LEITE, J. C. L.; DOS SANTOS, S. R. & LEITE, Â. R. L.** Os impactos econômicos da Covid-19 no setor de turismo do Maranhão. Revista Turismo & Cidades, 2, 2020, pp. 104-122. Disponível em: <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/15182> Acesso 5 Nov. 2021.

**MAGALHÃES, C.F.** Diretrizes para o turismo sustentável em municípios. São Paulo: Roca, 2002.

**MEDAGLIA, J. & SILVEIRA, C. E.** Sondagem empresarial dos impactos da Covid-19 no setor de turismo no Paraná: o observatório de turismo do Paraná e o protagonismo da informação. Revista Turismo & Cidades, 2, 2020, pp. 153-171. Disponível em: <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/14785> Acesso 9 Jun. 2021

**MINISTÉRIO DA CULTURA** Mapa da Cultura. Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas, São Paulo. 2020. Disponível em: <http://mapas.cultura.gov.br/> Acesso 5 Nov. 2020.

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO.** Catálogo nacional de cursos superiores de tecnologia. Ministério da Educação, Brasília, 2016. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=98211-cncst-2016-a&category\\_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cncst-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192) Acesso 3 Out. 2020.



- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO.** Plataforma Nilo Peçanha. Ano base 2021. Ministério da Educação, Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/pnp> Acesso 4 Jul. 2022
- MINISTÉRIO DO TURISMO.** Manual sobre coronavirus. Ministério do Turismo, Brasília. 4ª ed. Abril, 2020a Disponível em: [http://antigo.turismo.gov.br/images/Manual\\_Coronavirus\\_01\\_05.pdf](http://antigo.turismo.gov.br/images/Manual_Coronavirus_01_05.pdf) Acesso 11 Mar. 2021.
- MINISTÉRIO DO TURISMO.** Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Ministério do Turismo, Brasília. 2020b. Disponível em: [http://antigo.turismo.gov.br/images/pdf/PNT\\_2018-2022.pdf](http://antigo.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf) Acesso 15 Mar. 2021
- MINISTÉRIO DO TURISMO.** Qualificação do Turismo 2019. Ministério do Turismo, Brasília. 2020c. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/qualificacao-profissional.html> Acesso 15 Mar. 2021.
- OI FUTURO.** Museus: Narrativas para o Futuro. Instituto de Inovação e Criatividade da Oi, Rio de Janeiro. 2019 Disponível em: <https://oifuturo.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Oi-Futuro-e-Consumoteca-Pesquisa-Museus-2019-DOWNLOAD.pdf> Acesso 4 Out. 2020.
- OLIVEIRA, D.P.R. de.** Planejamento Estratégico: conceitos, metodologias e práticas. 23ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- OPAS - ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE.** Folha informativa COVID-19. Escritório da OPAS e da OMS no Brasil. 2020 Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19> Acesso 18 Out. 2020.
- PARRA FILHO, D. & SANTOS, J.A.** Metodologia científica. São Paulo: Futura, 2003.
- PORTAL VALE DO CAFÉ.** Sobre o Vale do Café. 2020. Disponível em: [https://www.portalvaledocafe.com.br/miguel\\_pereira.asp](https://www.portalvaledocafe.com.br/miguel_pereira.asp). Acesso 4 Out. 2020.
- RODRIGUES, I., RABECHINI JÚNIOR, R. & CSILLAG, J. M.** Os escritórios de projetos como indutores de maturidade em gestão de projetos. Revista de Administração, 41(3), 2006, pp. 273-287 <https://doi.org/10.1590/S0080-21072006000300005>
- RUDZEWICZ, L., FRITZEN, F.M. & CERETTA, C.C.** A experiência do Grupo Gestor Pelotas no planejamento do destino turístico. In X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2013. Caxias do Sul. Anais do X Seminário da ANPTUR. 2013. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, pp. 1-19. Disponível em: [https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/\[36\]x\\_anptur\\_2013.pdf](https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/[36]x_anptur_2013.pdf) Acesso 3 Nov. 2020
- SCHWANKE, C.** Ambiente: Conhecimento e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- SECRETARIA MUNICIPAL DAS CULTURAS E FUNDAÇÃO DE ARTE DE NITERÓI.** Espaços Culturais. Sistema Municipal de Cultura de Niterói, Niterói, 2020. Disponível em: <http://culturanniteroi.com.br/site/> Acesso 5 Nov. 2020.
- SERSON, P. & PIRES, M.J.** A experiência turística na Favela da Rocinha (Rio de Janeiro–RJ). Revista Eletrônica de Turismo Cultural, 2 (1), 2008, pp. 1-33. Disponível em: <https://silo.tips/download/a-experiencia-turistica-na-favela-da-rocinha-rio-de-janeiro-rj#> Acesso 6 Nov. 2020.
- SILVA, G. P. F. ET AL.** Turismo e o contexto pandêmico: análise sobre os tours virtuais nas redes sociais oficiais do destino turístico Maranhão (Brasil). RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo, 11(1), 2021, pp. 223-238. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.199>
- SOUZA, M. C. D. C.** O Estado e o turismo no Brasil: análise das políticas públicas no contexto da pandemia da COVID-19. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 15 (1), 2021, p. 2137. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2137>
- UNWTO – WORLD TOURISM ORGANIZATION.** World Tourism Barometer and Statistical Annex.2019. doi: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- WTTC – WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.** Travel & Tourism Economic impact 2019. London, United Kingdom. Disponível em: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf> Acesso 10 Ago. 2020.