

## **PANDEMIA COVID-19: DESAFIOS AO TURISMO SOCIAL**

**Covid-19 Pandemic: Challenges Social Tourism**

**LARISSA TATIANE MORAES NEVES<sup>1</sup> & POLLYANNA FRAGA GRACIANO<sup>2</sup>**

**DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i4p20>**

### **RESUMO**

O Turismo Social [TS] ambiciona um maior acesso das atividades turísticas para toda a população, mas tais desafios foram potencializados no contexto pandêmico. A crise sanitária e econômica oriunda da pandemia da Covid-19 e as ações para mitigar os impactos do vírus interferiram nas rotinas do setor turístico. O presente artigo objetivou analisar os desafios do turismo social no Brasil, decorrente das implicações da pandemia da Covid-19. Adotando como recorte as Administrações Regionais do Serviço Social do Comércio [Sesc] em Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte, realizou-se pesquisa qualitativa descritiva e explicativa, coletando dados através da pesquisa documental, entrevista semiestruturada e questionários abertos, sendo os dados foram analisados pela Análise do Conteúdo de Bardin (2016). Observaram-se discrepâncias no processo de gerenciamento de crises entre os estados, destacando a ocorrência de ações virtuais para promover a interação com o público e manutenção dos aspectos de sustentabilidade e responsabilidade social inerente ao segmento.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Turismo; Turismo Social; Covid-19; Serviço Social do Comércio [SESC]; Brasil.

### **ABSTRACT**

Social Tourism [TS] aims for greater access to tourist activities for the entire population, but these challenges were enhanced in the pandemic context. The health and economic crisis arising from Covid-19 pandemic brought several impacts on tourism, as actions to mitigate the virus impacts interfered with routines of tourism sector. The present article purposed analyzes the challenges of Brazil's social tourism due to the implications of Covid-19 pandemic. Adopting the Serviço Social do Comércio [Sesc] Regional Administrations in Alagoas, Pernambuco, Paraíba and Rio Grande do Norte as a cut, a descriptive and explanatory qualitative research was carried out, collecting data through documentary research, semi-structured interviews and open

---

<sup>1</sup> **Larissa Tatiane Moraes Neves** – Bacharela em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/6843642934274301> E-mail: [larissatmneves@gmail.com](mailto:larissatmneves@gmail.com)

<sup>2</sup> **Pollyanna Fraga Graciano** – Mestra. Docente

substituta no Departamento de Hotelaria e Turismo na Universidade Federal de Pernambuco e Docente em outras faculdades particulares do Recife. <https://orcid.org/0000-0002-6736-7961> E-mail: [lyafraga@gmail.com](mailto:lyafraga@gmail.com)

questionnaires. The data were analyzed by Content Analysis by Bardin (2016). Discrepancies were observed in the crisis's management between the states, highlighting the occurrence of virtual actions to promote interaction with their public and conservation of sustainability aspects and social responsibility inherent to the segment.

#### **KEYWORDS**

Tourism; Social Tourism; Covid-19; Serviço Social do Comércio [SESC]; Brazil.

#### **INTRODUÇÃO**

O mundo enfrenta uma crise sanitária com reflexos sociais, políticos e econômicos. A pandemia da Covid-19, causada pela nova mutação do Coronavírus, tem aterrorizado o planeta pelo número de mortos e pela alta transmissibilidade (Rodriguez-Morales, Bonilla-Aldana, Tiwari et al., 2020). O setor turístico sofreu um intenso impacto devido à necessidade de isolamento social; conforme pesquisa realizada pela Organização Mundial do Turismo [UNWOT, 2021], devido à pandemia, 96% dos destinos adotaram restrições. As medidas de isolamento social contribuíram para o fechamento de centros comerciais, fronteiras, instituições de ensino, atividades turísticas e serviços não essenciais, levando à crise econômica de muitos setores, inclusive do turismo (Gössling, Scott, & Hall, 2020).

O Brasil, assim como outros países, já enfrentava desafios em termos de acesso equitativa ao turismo. Neste contexto, há o surgimento do Turismo Social [TS], que visa possibilitar à toda a população, maior envolvimento nas atividades turísticas, com o intuito de democratizar essa vivência a uma parcela da população que possua menor alcance às mesmas (Cheibub, 2012a). Contudo, o início deste segmento não acabou com o problema da falta de oportunidade turística para todos. Almeida (2016) destaca, ainda, que as atividades de TS no Brasil, quando comparados a outros países Europeus e da América Latina, apesar de algumas ressalvas, ainda são poucas e limitadas. Portanto, se os problemas existiam antes da pandemia Covid-19, o desafio tornou-se maior comparado aos anos anteriores, visto que as restrições impactaram profundamente o setor turístico. O Serviço Social do Comércio [SESC] é a principal instituição brasileira a desenvolver ações de TS (Cheibub, 2012b), ocupando a centralidade desta investigação.

O contexto de crise vivenciado na atualidade exige a integração de muitos atores – governamentais e não governamentais, propondo a execução de ações emergenciais que concorram para a mitigação e/ou superação dos impactos negativos decorrente (Rasmussen,

1997). De acordo com Tito e Araújo (2019), as crises apesar de estarem relacionadas ao turismo, suas origens e impactos ainda carecem de aprofundamento teórico, que permita a elaboração de um modelo e/ou proposta de um bom gerenciamento de crises, na atuação do setor. Nessa perspectiva face ao contexto pandêmico, percebe-se a necessidade de se mapear os desafios enfrentados no TS durante a pandemia no Brasil. Portanto, o objetivo da presente pesquisa é o de analisar os desafios do turismo social no Brasil decorrente das implicações da pandemia da Covid-19. O recorte cronológico abarca de março de 2020 a março de 2021, incluindo os primeiros meses da pandemia até o momento dessa escrita.

Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa descritiva e explicativa, que se utilizou da pesquisa documental, entrevista semiestruturada e questionários abertos, visando à triangulação dos dados (Creswell, 2016), para formar um corpus diversificado composto por materiais textuais e orais. O recorte estudado abrangeu os Departamentos Regionais do Sesc dos estados brasileiros de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte. Os dados coletados foram analisados conforme a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), seguindo a técnica de categorização e o critério lexical.

Discute-se o TS considerando a realidade da sociedade brasileira no que diz respeito à falta de oportunidades turísticas para população como um todo (Almeida, 2016; Cheibub, 2012a). Logo, o contexto pandêmico amplificou essa disparidade, uma vez que todo o setor está sendo afetado em sua essência pois, sem deslocamento e interação social, não existe turismo. A discussão acerca dessa temática reveste-se de importância para o meio acadêmico, pois a pesquisa visa apropriar-se da realidade para melhor analisá-la, podendo construir novas discussões sobre a situação do TS durante a pandemia. Quanto ao turismo, faz-se pertinente o estudo do TS como forma de promover oportunidade para todos, bem como, compreender os desafios a fim de estabelecer alternativas para esses obstáculos.

## **O TURISMO SOCIAL**

O desenvolvimento do Turismo Social [TS] tem uma trajetória paralela às conquistas sociais dos trabalhadores no século XX, conforme desenvolvimento histórico e demanda econômica de cada país, apresentando um elo direto com essas questões que envolvem o acesso ao turismo e lazer pela classe trabalhadora, garantindo dessa forma uma maior inclusão (Kushano & Meira, 2019). Conforme destaca Cheibub (2012), o percurso do TS se desenvolve de forma contínua,

acompanhado de falhas e modificações, conforme o maior tempo livre dos trabalhadores. O TS surge na literatura europeia no século XX no período entre guerras. Países como Alemanha, União Soviética e Itália produziram infraestruturas e fomentos a fim de possibilitar à massa trabalhadora o alcance do turismo (Cheibub, 2011). Diante desse novo cenário, mais pessoas possuíam tempo livre para usufruir de suas férias, realidade antes vivenciada apenas por pessoas de alto poder aquisitivo.

Desse modo, o TS se caracteriza como um progresso no campo social, por não se enquadrar como um consumo restrito a parte da sociedade (Fino & Silva, 2013). Logo, pode-se afirmar que o desenvolvimento de tais oportunidades proporciona à massa trabalhadora possibilidades que antes eram usufruídas por pessoas privilegiadas. Ainda que realizadas de maneiras diversas das viagens da classe alta, os trabalhadores poderiam desfrutar do lazer de forma diferenciada, pela democratização de acesso (Almeida, 2016; Fino & Silva, 2013). Com o passar do tempo, esse debate acerca das oportunidades de lazer torna-se mais evidente, destacando-se como um dever do Estado para com a sociedade (Cheibub, 2012a).

A atividade turística vincula-se ao desenvolvimento dos países, bem como à sua forma de produção. Portanto, os governos têm como dever possibilitar o lazer à população, especialmente para classes sociais de menor poder aquisitivo (Côco, Emmendoerfer & Jacques, 2013). Corroborando, a OMT (2009), no Código de Ética Mundial para o Turismo, no Art. 7, sobre o direito do turismo, afirma que "o turismo social, sobretudo o turismo associativo que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao lazer, às viagens e às férias, deverá ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas" (p. 10). Portanto, a existência do TS ambiciona tornar essa realidade possível, oferecendo meios de lazer para este público, a fim de realizar um turismo inclusivo e sustentável.

Atualmente, o conceito de TS não abrange somente pessoas assalariadas de baixa renda, como também pessoas socialmente menos favorecidas, almejando proporcionar oportunidade de acesso às atividades turísticas para aqueles que sofrem com a desigualdade social (Fino & Silva, 2013). Almeida (2016) aponta que o conceito de acessibilidade se incorpora ao TS, ou seja, o segmento passa a se configurar como uma proposta de acesso aos indivíduos com características peculiares. Nesse sentido, Cheibub (2012) destaca que alguns dos obstáculos para o alcance deste público são sociais e políticas, físicos e espaciais, além das barreiras culturais. Concordante a isso, Farias e Pimentel (2021) ressaltam que o TS está direcionado a um público com problemas

relacionados à locomoção, saúde, questões financeiras, preconceitos, ausência de assistência familiar, entre outras limitações, que impossibilitam a realização de viagens.

Dessa maneira, o TS evoluiu à medida que seu público foi se diversificando, atendendo às necessidades e aos direitos de maior número de pessoas. Além disso, o TS preocupa-se com a comunidade local, com a sustentabilidade e a conservação dos patrimônios da localidade, promovendo assim uma prática consciente (Côco et al., 2013). No entanto, apesar do TS prezar pela sustentabilidade e responsabilidade social, nem sempre cumpre sua finalidade, pois pessoas que deveriam usufruir e participar do processo acabam não se integrando ao mesmo ou participando apenas em pequena escala, por questões econômicas ou ausência de ações públicas (Cheibub, 2012b; Santos, 2016).

**Turismo Social no Brasil** - O Ministério do Turismo (2019) indica que a promoção e o incentivo ao turismo como contributo para o desenvolvimento econômico e social, exposta no art. 180 da Constituição Federal, concorre para a criação do Grupo Técnico Temático de Turismo Social e da Associação Brasileira de Turismo Social, iniciando uma sequência de ações como a publicação do *Diálogos do Turismo: uma viagem de inclusão* [2005] e o programa Viaja Mais Melhor Idade [2007] (MTUR, 2019). Após a Lei Geral do Turismo [Lei Federal Nº 11.771] instituir a Política Nacional de Turismo com objetivo de “democratizar e propiciar o acesso ao turismo no país a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar geral” (Brasil, 2015, p. 25), desenvolveram-se ações como: (i) o programa Turismo Acessível (2014) e (ii) a fundação, da Câmara Temática de Turismo Responsável no Âmbito do Conselho Nacional de Turismo (2018). No Plano Nacional de Turismo 2018-2022, ressalta-se no art. 4º, IV: a necessidade de “possibilitar o acesso democrático de públicos prioritários à atividade turística” (MTUR, 2018, p. 63), assegurando um turismo mais inclusivo.

No contexto brasileiro, o grande protagonista do TS é o Serviço Social do Comércio [SESC], que surgiu do comprometimento de empresários com a finalidade de propor aos seus trabalhadores e familiares melhor qualidade de vida, desenvolvendo o campo social. Segundo Côco et al. (2013), o SESC tem como intuito promover o bem-estar social, proporcionando aos seus associados e familiares estas oportunidades. Falcão (2006) destaca que o Sesc prioriza em seus atendimentos os comerciários e dependentes de baixa renda [1 a 3 salários mínimos], ou seja,

assume dentro do TS a vertente que promove a participação do turismo a este público. Portanto, sendo esta a faceta analisada.

Sem fins lucrativos, o SESC inicia as atividades de TS, em 1948, com a Colônia de Férias de Bertiooga, no Estado de São Paulo, tornando-se referência para a pesquisa acadêmica e como modelo de gestão para outras instituições pelo mundo. Dito isso, é possível perceber que o SESC busca o desenvolvimento das pessoas, disponibilizando acesso à educação, esportes, saúde, cultura e lazer, bem como oferecendo assistência aos usuários (SESC, 2021). Côco et al. (2013) explicam que o TS desenvolvido no SESC preocupa-se com as modificações sociais que ocorrem no País, por questões econômicas e políticas. Portanto, percebe-se que o TS desenvolvido no SESC se enquadra nas concepções debatidas anteriormente, incluindo os aspectos de transformações sociais endossadas pelo segmento durante sua evolução.

Segundo Almeida (2016), as atividades da Instituição voltadas para o turismo emissivo se iniciaram no ano de 1951. As primeiras viagens ocorrem aos finais de semana, tendo como destino as colônias de férias do SESC, estimulando a adesão de público de menor renda (Falcão, 2006). O mesmo autor explica, ainda, que o Sesc-SP foi a primeira Administração Regional a organizar viagens para cidades onde não existiam equipamentos de hospedagem da instituição, utilizando como opção alternativa instituições religiosas e conventos.

O SESC adota os princípios da Carta de Viena (1972) ou Carta do Turismo Social, utilizada pelo BITS (Cheibub, 2012b; Dos Santos, Falcão & Silva, 2007). Posteriormente, em 1980, o Sesc-SP se vinculou à OITS, e no decorrer do tempo, outras unidades regionais e o Departamento Nacional também estabeleceram essa associação (Dos Santos, Falcão & Silva 2007; Vargas & Colasante, 2018). Segundo Cheibub (2012b), o SESC se destacou como uma das primeiras entidades das Américas a integrar o BITS, e em 1996, a organização assina a adoção da Declaração de Montreal que atualiza a Carta de Viena, incluindo o respeito, a solidariedade e a equidade com as comunidades locais. Atualmente, a instituição dispõe de 43 estabelecimentos de hospedagem no País, proporcionando ao seu público uma ampla visão da realidade cultural e histórica de cada região (SESC, 2021).

Almeida (2016) explica que desde a origem do SESC, o TS esteve presente no seu campo de atuação. Segundo Lima, Oliveira, Galvão et al. (2010), o TS desenvolvido na entidade não se resume apenas às excursões, às viagens e às hospedagens, mas pressupõe a inclusão de todo o equipamento de lazer disponibilizado pelo Sesc. Cheibub (2012b) assegura que a instituição

figura como a única a desenvolver ações de TS regularmente em território nacional. O não visar ao lucro e participação dos indivíduos menos favorecidos na atividade turística são os princípios norteadores do SESC (Falcão, 2006; Pereira, Moretto Neto & Zanini, 2011).

Salienta-se que o direito social ao lazer, enquanto política pública, ainda é insuficiente, principalmente quando focado no viés social, sendo muitas vezes pouco conhecido (Eugenio & Cheibub, 2020). Congruente a isso, Fino e Silva (2013) explicam que as iniciativas que promovem o TS no Brasil são poucas e pequenas, e as políticas públicas de turismo são inconsistentes acerca do mesmo, e que o SESC destaca-se nesse quesito. Por essa razão, a presente investigação terá como foco as implicações decorrentes da pandemia Covid-19, a partir das Administrações Regionais do SESC na região Nordeste do Brasil, estabelecendo como recorte os estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte.

**Gestão de Crise e as Pandemias** - A pandemia Covid-19 trouxe grandes impactos para o turismo brasileiro, de acordo com pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo, comparando com 2019, a receita do setor caiu 55,6 bilhões em 2020. Além disso, companhias aéreas diminuíram suas ofertas, e a receita de serviços de alimentação e hospedagem foi a que mais caiu, com queda de 36% em relação a 2019 (Jornal do Comércio, 2021). O fluxo de viajantes movimentado pelo turismo estreita a relação do fenômeno com as pandemias (Gössling et al., 2020). Desde o início do século XX, percebe-se o deslocamento de pessoas como vetor para a disseminação de vírus globalmente a exemplo da gripe espanhola (Kotala, 2001) e da SARS (Lee, Song, Bendle et al., 2012). Além disso, o turismo se caracteriza como um setor vulnerável à crise, em que muitas entidades enfrentam prejuízos ou até mesmo deixam de existir por consequência. Os fatores que levam a esse cenário podem ser problemas econômicos, ambientais, de ameaça à saúde, entre outros (Andirin, Moital, & Cardoso, 2017).

Seguindo a mesma lógica, Corbari e Grimm (2020) destacam a fragilidade do turismo diante de crises decorrentes de epidemias, pandemias, instabilidade econômica, crises ambientais e conflitos armados. Tito e Araújo (2019) relatam que as entidades estão sensíveis a possíveis crises internas e externas, exigindo o desenvolvimento de estratégias de prevenções e soluções para esses momentos, pois acontecimentos que mudam os padrões das organizações sempre existirão, podendo trazer problemas para a instituição. A gestão de crise, assim, é

imprescindível, pois fornece mecanismos facilitadores para o enfrentamento desses obstáculos. Entretanto, as organizações e instituições possuem características distintas, podendo adotar medidas diferentes para lidar com as crises (Tito & Araújo, 2019).

Sahin, Ulubeyli, & Kazaza (2015) e Tito e Araújo (2019), dividem-se os procedimentos de gestão de crise em cinco fases: (i) previsão, ocorre antes da consolidação da crise com finalidade de acompanhamento, controle e avaliação do problema; (ii) prevenção e preparação, aos primeiros sinais da crise deve-se formar uma equipe no intuito de mitigar os impactos trazidos pela mesma através da formulação de estratégias e planos; (iii) controle, manter o controle das ações, afastando o estresse; (iv) recuperação, superada a crise deve-se investir na recuperação das atividade; e (v) aprendizagem e avaliação, avaliar erros e acertos para aprender com a crise.

Após a crise, Novelli et al. (2018) identificam os recursos limitados para o marketing e desenvolvimento do turismo; as estruturas de governança deficientes; e a ausência de planejamento turístico como possíveis problemas para a recuperação dos destinos. Por fim, qualquer problema que cause efeitos negativos a uma localidade, acaba afetando o setor turístico (Tito & Araújo, 2019), mas esta pode ser uma oportunidade de inovar (Sigala, 2020). Desse modo, uma crise que afeta o turismo, torna-se um problema maior ao englobar diversos setores. Portanto, se justifica avaliar a gestão de crise para analisar os desafios do turismo social no Brasil decorrente das implicações da pandemia Covid-19.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A presente investigação alinhou-se ao paradigma interpretativista, pois assume um caráter construtivista em que a realidade se forma a partir das interações humanas num contexto social (Sacol, 2009). Conforme demonstrado, o TS configura-se como uma prática dos indivíduos em sociedade, tendo sua construção constantemente influenciada pelos contextos sociais, econômicos e políticos do locus pesquisado, justificando o alinhamento paradigmático. Norteados por este entendimento, adotou-se uma abordagem de pesquisa qualitativa descritiva e explicativa. Segundo Richardson (1999), a abordagem qualitativa figura como um processo consoante com a compreensão de um fenômeno social, pois tal método assume o caráter subjetivo da realidade estudada, admitindo a relação estabelecida entre o pesquisador e o seu objeto de estudo (Creswell, 2016).

Devido à amplitude da atuação do SESC em território brasileiro, nesta investigação assumiu-se como recorte a ser estudado as Administrações Regionais dos estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte, recorte escolhido por conveniência, pois estes foram os estados que aceitaram participar da pesquisa. Diante da complexidade e diversidade do fenômeno estudado, realizou-se a triangulação dos dados para conferir maior credibilidade à investigação (Löbler, Lehnhart, & Avelino, 2014; Yin, 2016). Logo, três técnicas de coleta de dados foram utilizadas com este propósito – pesquisa documental, entrevista semiestruturada e questionários abertos.

O uso de documentos proporciona a percepção do social e do tempo “porque possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural” (Sá-Silva, Almeida, & Guindani, 2009, p. 2). A pesquisa documental ocorreu através do Portal da Transparência do Departamento Nacional do Sesc, no qual foram selecionados os Relatórios de Gestão dos estados investigados [Quadro 1].

**Quadro 1. Corpus da pesquisa documental**

Material	Ano	Tipo	Identificação
Relatório de Gestão SESC-PE	2019	Textual	T1
Relatório de Gestão SESC-AL	2020	Textual	T2
Relatório de Gestão SESC-PB	2020	Textual	T3
Relatório de Gestão SESC-PE	2020	Textual	T4
Relatório de Gestão SESC-RN	2020	Textual	T5

**Fonte:** Pesquisa Documental (2021).

A entrevista semiestruturada foi escolhida como segunda técnica de coleta devido a sua adaptabilidade, permitindo um aprofundamento das respostas e a elucidação dos motivos e causas do fenômeno investigado (Bell, 2008). Entretanto, devido ao contexto pandêmico não foi possível realizar entrevistas com todos os representantes do TS dos regionais investigados, sendo necessário adaptar o roteiro da entrevista para um questionário aberto, hospedado no Google Forms, permitindo a participação dos representantes, conforme resume o Quadro 2.

**Quadro 2. Coleta de dados primários**

Material	Data da Coleta	Tipo	Identificação
Entrevista SESC-PE (Capital)	03/04/2021	Oral	E1
Questionário SESC-AL	02/04/2021	Oral	Q1

Questionário SESC-PB	07/04/2021	Oral	Q2
Questionário SESC-PE (Interior)	06/04/2021	Oral	Q3

**Fonte:** Pesquisa de Campo (2021).

A Análise de Conteúdo [AC] de Bardin (2016) foi escolhida como ferramenta para tratamento dos dados, seguindo a técnica de categorização pelo critério lexical, em que as palavras são classificadas por significados e aproximações. A AC dividiu-se em três fases: (i) pré-análise, na qual se demarcou o universo do estudo através da seleção dos documentos a serem analisados; (ii) exploração do material, em que se realizou os recortes e a codificação conforme as categorias de análise; e (iii) tratamento dos resultados, na qual ocorre as interpretações do material. Os construtos investigados na presente pesquisa são turismo social e a gestão de crise. Desta forma, vinculados a estes construtos se determinou aprioristicamente as categorias de análise, conforme sintetiza o Quadro 3.

**Quadro 3. Construtos, categorias e descrição**

Construtos	Categorias	Descrição
Turismo Social	<b>Categorização da Atuação do Sesc</b>	Descrição das atividades de TS realizada por cada regional pesquisado.
	<b>Desafios</b>	Relato dos desafios enfrentado pelos regionais para desenvolver o TS.
	<b>Rotinas Operacionais</b>	Descrição das rotinas operacionais durante a pandemia.
Gestão de Crise	<b>Ações Governamentais</b>	Impactos positivos ou negativos oriundo das ações governamentais no TS.
	<b>Estratégias</b>	Estratégias de atuação para mitigar e superar a crise.
	<b>Impactos</b>	Descrição dos impactos negativos oriundos da pandemia.

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2021.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

**Categorização da Atuação do SESC** - Os programas de TS desenvolvidos pelas Unidades do SESC se fundamentam na democratização do acesso ao turismo conforme defendido por Almeida (2016) e Fino e Silva (2013), como se percebe no trecho “a Atividade Turismo Social visa à democratização ao acesso de pessoas menos favorecidas” (Q2). No ano de 2019, os estados investigados atenderam 57.347 pessoas com ações de turismo emissor através do TS, destacando o SESC-PE com 70,18% das pessoas atendidas (SESC, 2019). Além disso, conforme Lima et al. (2010), o TS do SESC não se limita a apenas excursões, sendo incluídos todos os

equipamentos disponíveis nas unidades. Sendo assim, no ano de 2019 o Sesc-PE em seu Programa Lazer teve no campo de TS um grande destaque nas excursões e na rede hoteleira, sendo desenvolvido um maior número de roteiros e dando continuidade a suas parcerias, com o intuito de promover e valorizar o interior do Estado, além de fornecer sua própria rede hoteleira em Garanhuns e Triunfo (T1).

A entrevista e questionários identificaram que antes da pandemia o TS obtivera crescimento, *“antes da pandemia, estávamos bem otimistas e já com vendas efetuadas e ofertas de passeios e excursões. O ano de 2020 estava previsto para ser de crescimento da atividade!”* (Q3), mas a mudança do contexto trouxe dificuldades para o desenvolvimento da atividade. No período pandêmico, as ações que tinham o *“intuito de expandir seus serviços de TS para atendimento as Unidades do Sesc Ler”* (T2), foram adiadas. O Sesc Alagoas conta com pesquisas de satisfação com propósito de avaliar a satisfação do cliente quanto à gestão, obtendo em 2020 um índice de satisfação de 93%, tendo entrevistado 888 clientes. A pesquisa tem o objetivo de verificar o andamento das metas traçadas no plano estratégico 2016-2021 para melhorar a qualidade do serviço (T2). Já o hotel do Sesc em Natal está fechado para reforma desde 2018 e o turismo emissivo não atuou em 2020, devido às normas de distanciamento e isolamento social (T5), tais aspectos corroboram o estudo de Cheibub (2012b) quanto ao crescimento da atividade.

**Desafios** - Os estados passam por desafios na realização da atividade, e por mais que o Sesc seja um nome de grande destaque no campo de TS (Cheibub, 2012b), atualmente, se depararam com o contexto pandêmico que impossibilitou a realização completa desses projetos, ratificando Fino e Silva (2013) que ressaltam a existência de poucas atividades no campo de TS em solo brasileiro. No SESC -PE, em 2019, houve o fechamento de três agências [Goiana, Petrolina e Garanhuns] sendo os orçamentos retribuídos entre as unidades ativas. Ou seja, os desafios ao desenvolvimento do TS já existiam antes do cenário pandêmico, como explicam os entrevistados nos trechos abaixo.

*[...] os desafios passam pela necessidade de sensibilização do cliente, que precisa entender as propostas, pela necessidade de ofertar viagens mais completas com preços abaixo do mercado, além de alinhar as experiências/vivências às questões de acesso e infraestrutura (Q1).*

*[...] os desafios são inúmeros, mas no momento nos deparamos com o fator econômico como determinante para a viabilização de projetos turísticos (muitas famílias desempregadas). Outro fator que nos preocupa e muito, é o ‘novo fazer’ turístico. A inovação é uma certeza, porém os*

*projetos precisam promover, sobretudo, a sustentabilidade, a solidariedade e responsabilidade social (Q2).*

Diante do exposto, observou-se atenção aos elementos essenciais para o desenvolvimento da atividade, considerando os princípios de sustentabilidade que norteiam a prática do turismo social defendidos por Côco et al. (2013), além de identificar outros aspectos, como a inovação, propostos por Sigala (2020). O “*medo, tempo e a instabilidade do vírus e o emprego*” (Q3) também foi identificado como um desafio para a execução da atividade. No Sesc-PE, a distribuição foi apontada como uma grande dificuldade.

*[...] nossa maior dificuldade na execução dos roteiros e trabalhar em turismo social é a venda, como chegar [...] a gente tem um público bem fiel que são os usuários da rede toda, bem fiel, mas competir com turismo social e um turismo mais massificado, é complicado pelo fato de chegar até, de tocar até o público final, sabe? (E1).*

Quanto ao cenário pandêmico, um dos principais obstáculos do TS foi retomar as atividades presenciais seguindo as normas governamentais e protocolos sanitários de biossegurança, além da qualificação profissional para a adequação dos espaços visando à segurança de todos envolvidos (T2). No SESC-PE, houve a redução do subsídio concedido ao TS, mas visando à ampliação dos atendimentos, adotou-se a estratégia de integração entre projetos do programa de lazer através da criação de pacotes turísticos para os locais onde ocorreram etapas do Circuito Sesc de Corridas (T1).

**Rotinas Operacionais** - Como consequência dos entraves originados da pandemia Covid-19, as unidades modificaram seus funcionamentos, tendo como impacto o cancelamento dos projetos, demonstrando o impacto das crises no turismo como abordaram Corbari e Grimm (2020) e Gössling et al. (2020). Verificou-se que as interrupções no ano de 2020 ocorreram em todos os estados avaliados segundo os respondentes: “*90% da programação de 2020 e todos os projetos presenciais do primeiro semestre de 2021, foram suspensos (emissivo)*” (Q2). Já em Alagoas, “*todas as atividades de março a dezembro/20 e a viagem prevista para março/21, até o momento*” (Q1). O hotel de João Pessoa estava destinado a atender os profissionais que lutavam contra o Covid-19 na linha de frente, não havendo nenhuma atuação de TS. Ainda assim, o hotel Sesc Cabo Branco em João Pessoa recebeu a premiação Traveller's Choice 2020 do site Tripadvisor, tendo o mesmo ocorrido com a Pousada Sesc Guaxuma em Maceió (T3).

No SESC -PE, as atividades de TS voltaram a funcionar em novembro com diminuição da oferta e com os cuidados necessários para evitar a propagação do vírus: *“a gente fazia sete excursões no mês, a gente voltou com uma, com duas, mesmo quando voltou a gente não lotava ônibus, por a gente mesmo, a gente limitou a capacidade da excursão, para não sair com o ônibus cheio”* (E1). Em Alagoas, o retorno ocorreu *“em fevereiro, obedecendo aos critérios dos protocolos específicos do Sesc. Com o agravamento da pandemia, as atividades voltaram a ser suspensas (não houve venda antecipada de viagens, como geralmente ocorre)”* (Q1). No SESC-PB, *“ainda não houve o retorno do atendimento ao público (me refiro ao emissivo)”*.

O representante do SESC-PE mostrou esperança quanto ao futuro da atividade: *“sim, estamos em atendimento ao público, e tentando planejar, e otimistas para o 2º semestre”*. Todos os estados seguem os protocolos de segurança, se apropriando das exigências definidas pelo Ministério da Saúde. Houve a adaptação dos processos internos para aderência ao Selo Turismo Responsável desenvolvido pelo Ministério do Turismo, além de uma live realizada em agosto de 2020, com o tema *“Como Utilizar os Meios de Hospedagem com Segurança”* (T2), corroborando o estudo de Côco et al. (2013) para uma prática turística mais responsável.

Os entrevistados não indicaram a necessidade de modificação dos protocolos de segurança adotados, mas avaliam que *“nenhum protocolo pode garantir a inexistência de riscos em sua totalidade. Acredito que a suspensão das atividades num momento de crise seja o mais indicado”* (Q1). Outro demonstrou a importância da vacina para uma proteção mais eficaz: *“o que falta é vacina, sem vacina não tem condição de fazer mais que a gente está fazendo”* (E1).

Os estados de Alagoas e Pernambuco realizaram projetos por meio virtual: *“foram disponibilizadas lives com temas ligados ao Turismo Social”* (Q1). De agosto a novembro, o turismo emissivo realizou três lives com os temas *“Turismo Étnico Cultural - Parque Memorial dos Quilombos dos Palmares - Serra da Barriga”*; *“City Tour em Maceió - Cultura e História no Paraíso das Águas”* e *“Turismo de Experiência em Alagoas”* (Q1). Em Pernambuco, houve o replanejamento de ações propostas como presenciais para serem realizadas em formato virtual: uma excursão virtual realizada em cinco etapas (T4), ratificando o proposto por Sigala (2020). No Sesc-PB, distribuíram-se 3,5 toneladas de alimentos aos trabalhadores do campo de turismo, setor que foi bastante prejudicado durante a crise gerada pela pandemia, visando diminuir os obstáculos enfrentados por esses profissionais (T3).

**Ações Governamentais** - Nessa categoria, observou-se que os representantes das regionais acreditam que faltaram medidas governamentais de minimização dos impactos decorrentes da Covid-19, além de uma falta de mitigação e monitoramento por parte das autoridades “*a falta de organização e planejamento, principalmente do Governo Federal, afetaram todos os ramos de negócio, não só o Turismo Social. Faltaram informações precisas, campanhas efetivas, vacinação etc.*” (Q1), contrastando com as etapas de gestão de crise propostas por Sahin et al. (2015) e Tito e Araújo (2019). Os entrevistados apontam a necessidade planejamento para lidar com a crise, reduzindo os impactos, principalmente quando pensado nas tentativas tardias de mitigar as consequências, novamente demonstrando uma inobservância governamental com a gestão de crise como indicado por Tito e Araújo (2019).

*Poderiam ter sido mais sensíveis, um investimento na capacitação de profissionais, para a retomada de um novo fazer turístico, poderia minimizar os impactos, e evitar novos fechamentos de estabelecimentos, etc.* (Q2).

*[...] não poderiam ser diferentes, pois hoje é preciso estabilizar o vírus para que possamos ter e investir mais e melhor no futuro, que creio que está bem próximo!* (E1).

*[...] as ações postas são tentativas de remediar uma falta de planejamento muito maior. Dentro do que se pode fazer no momento mais crítico da pandemia, depois a situação de caos já está instalada, acredito que as medidas dos governadores seguem uma coerência* (Q1).

Dessa forma, notou-se que não houve congruência com os aspectos defendidos por Rasmussen (1997) para mitigar e/ou superar o impacto negativo da crise por parte do governo.

**Estratégias** - Quanto à interação dos atores e formação de comitê para gestão de crise, os representantes do Sesc-AL e Sesc-PB acreditam na existência de um comitê, mas que não souberam informar detalhes. Enquanto, a representante do interior de PE informou que “*sim! A prefeitura fez um comitê de crise contra a Covid-19*” (Q3). Na capital, não se identificou nenhum comitê específico, havendo apenas a participação em reuniões com a Secretária de Turismo “*eu participei acho que de uma ou duas reuniões com a secretaria de turismo*” (E1), mas nada votado para a gestão de crise da Covid-19. Internamente, as ações dos atores para gerir a crise apresentaram divergências entre os estados como observado nos recortes.

*Não. Apenas o Departamento Nacional do Sesc se organizou para criar protocolos, tanto na hotelaria, quanto para o Turismo Emissivo e promoveu reuniões e debates para analisar o todo* (Q1).

*[...] no meu trabalho sim, mas teve um comitê de crise de forma geral para todos os segmentos da empresa [...] não teve um grupo de gestão de crise só para turismo [...]. E aí todas as coordenações participaram, eram mais assim guiadas pelo diretor e algumas pela gestão nacional, algumas diretrizes (E1).*

*[...] nos reunimos, coordenadores de todos os estados brasileiros, participamos de pautas que visavam, sobretudo como enfrentar os desafios e manter a vivos os sonhos dos viajantes. Não paramos, estamos nos reinventando (T3).*

Quanto à formatação de planos para a gestão de crise, não havia e nem foi formulado um até o momento, ratificando o estudo de Tito e Araújo (2019) ao afirmar que as empresas do setor turístico não possuem um modelo a ser seguido, como lembraram Andirin et al. (2017), principalmente, pela variedade de organizações no setor.

*A gestão da crise fora realizada com base nas recomendações dos órgãos oficiais de saúde (Q1).*

*Essa é uma questão mais minuciosa. No momento, estamos atravessando a tempestade e levantando estratégias para um novo fazer turístico. A segurança e bem-estar social são fatores determinantes do Turismo social, e isso depende da integração com demais empresas contratadas e possíveis parcerias (Q2).*

*[...] como eu falei, a gente teve esse comitê de gestão de crise, só organizacional por turismo a gente fechou os hotéis, mas a gente não teve nada oficial de estratégias de enfrentamento, a gente teve a estratégia macro da entidade, e aí a gente foi adaptando pra cada setor (E1).*

Tito e Araújo (2019) evidenciaram a vulnerabilidade das organizações, destacando a importância da criação de estratégias de prevenções e soluções para estas situações. Analisando o Sesc, observaram-se os impasses neste processo, devido à complexidade da crise, somando as iniciativas tardias do governo, pela dificuldade na integração dos órgãos governamentais e não governamentais, que segundo Rasmussen (1997) deveriam se integrar durante a crise.

**Impactos** - Corbari e Grimm (2020) afirmam que o turismo está sujeito a crises de diversas dimensões e uma delas é a pandemia. A pandemia trouxe desafios para o TS do Sesc. O Sesc-PE iniciou 2020 de maneira satisfatória quanto às finanças, porém a pandemia acabou causando retrações nas projeções da economia no mundo todo (T4). Considerando a atuação do TS antes e durante da pandemia, observaram-se algumas mudanças que afetaram os projetos.

*O fato do turismo social não ter um caráter comercial, nem visar lucro, traz uma tranquilidade um pouco maior que outros tipos de turismo. As mudanças nascem das inseguranças e da*

*responsabilidade das empresas, que precisam investir em segurança e evitar contágios e aglomerações numa atividade onde o objetivo é unir pessoas (Q1).*

*As práticas da mobilidade turística (Q2).*

*Clientela prefere viajar com seus familiares e amigos de forma particular (Q3).*

*As pessoas perderam emprego e ficaram doentes, deixaram de viajar e é um impacto muito grande, mas na minha realidade de trabalho eu não sei ainda o que vai acontecer assim, a gente tá parado. Agora essa segunda onda que causou um pouco assim, como tá a pior situação, tá pior para vender [...] a gente inclusive parou antes do governo dizer que era para parar, a gente parou porque a gente não quer expor (E1).*

A hotelaria Pernambucana, que vinha se recuperando de uma crise econômica iniciada no país desde 2015, foi um dos setores mais afetados nesta pandemia Covid-19, por conta da paralização das atividades. A paralisação afetou diversos ramos hoteleiros, implicando na diminuição das receitas destes empreendimentos, porque como não tinha atividade, não tinha cliente, causando impossibilidade de gerar receitas (T4).

O SESC -PB teve a suspensão de suas atividades, mas sem se afastar do caráter social da entidade ao estabelecer medidas que auxiliem no bem-estar de seus associados (T3). Por fim, verificou-se que a Lei Federal nº 8.036/1990 estabelecia que a alíquota para a contribuição para o Sesc era de 1,5% sobre a folha de pagamento dos trabalhadores do comércio, bens e serviços e turismo. Durante a pandemia, foi homologada a Lei Federal nº 14.025/2020, modificando a alíquota para 0,75%, ou seja, reduzindo a receita da instituição pela metade (T3).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao iniciar a presente investigação, constatou-se que as iniciativas de TS no Brasil ainda são poucas, havendo pesquisas pontuais direcionadas ao contexto brasileiro. A partir destes obstáculos e considerando a crise gerada pela pandemia de Covid-19, objetivou-se analisar os desafios do turismo social no Brasil decorrente das implicações da pandemia da Covid-19. Após a análise dos dados, observou-se que o objetivo foi atingido porque se demonstrou o cenário do TS desde o início da pandemia até o momento atual nas Administrações Regionais do Sesc dos estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte.

De maneira geral, verificou-se que apesar de expressivo o número de pessoas atendidas pelos estados investigados, diante do fluxo de pessoas que atividade turística movimenta, este

quantitativo torna-se incipiente. Apontando para a necessidade de investimentos e políticas públicas que possibilitem o acesso ao turismo por camada menos favorecidas da sociedade. A ocorrência da pandemia trouxe reflexos significativos para esta pequena atuação, pois houve a paralisação das atividades no decorrer do ano de 2020, afetando o desenvolvimento de todo o turismo como alegaram Gössling et al. (2020).

A crise sanitária e econômica oriunda da Covid-19 trouxe vários desafios e necessidades de mudanças na operacionalização da atividade de TS dos regionais. Rotinas foram modificadas e outras medidas adotadas para impedir a propagação do vírus no cenário de incertezas estabelecido, porém, observou-se a preocupação com aspectos de sustentabilidade e responsabilidade social como defenderam Côco et al. (2013). As ações governamentais foram tardias para mitigação dos problemas da crise e durante a análise, notou-se que as medidas do Sesc também apresentaram dificuldades. Além disso, foi constatado um impasse na integração dos órgãos governamentais e não governamentais para o enfrentamento da crise.

Internamente, observou-se que os regionais, tal qual o setor turístico no geral, como explicaram Tito e Araújo (2019), não se encontram preparados com modelos de gerenciamento de crises. Este fato revela um paradoxo devido à estreita relação do fenômeno turístico e das crises, sendo assim, esperava-se maior observância do setor para a mitigação dos impactos. Entretanto, o atual contexto socioeconômico e político brasileiro pode configurar-se como um agravante para dificultar as ações necessárias ao combate da crise. Contudo, merecem ser destacadas as ações de sensibilização de combate à crise desenvolvidas pelos regionais, bem como, os tours virtuais realizados pelos SESC-AL e SESC-PE, no intuito de divulgar o turismo e promover a interação com o seu público num momento de grande incerteza.

Diante da análise realizada, observou-se que os desafios do TS foram amplificados, pois o cenário pandêmico trouxe uma grande recessão econômica, que reduziu os gastos com ações do SESC subsidias e diminuiu o poder de compra da população. Portanto, percebeu-se a necessidade de ampliação dos estudos relacionados ao TS e à gestão de crise, especialmente como a gestão de crise fornece as medidas necessárias para a diminuição de impactos negativos. O agravamento da crise no momento da coleta de dados configura-se como uma dificuldade para a pesquisa, pois a paralisação das atividades impediu um recorte geográfico mais amplo. Como sugestão para futuros estudos, propõe-se a investigação de outros regionais atuantes no campo de TS do Sesc, como também uma análise do cenário pós-pandemia.

## REFERÊNCIAS

- Almeida, M. (2016). Turismo social: reflexões e práticas no Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 26, 141-154. [Link](#)
- Andirin, C., Moital, M., & Cardoso, C. P. (2017). Falhas no serviço como crises organizacionais no turismo de negócios: origens e estratégias operacionais percebidas pelos profissionais de eventos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 480-502. [Link](#)
- Bardin, L. (2016). *Análise do Conteúdo*. Lisboa: 70.
- Bell, J. (2008). *Projeto de pesquisa: guia para pesquisadores iniciantes em educação, saúde e ciências sociais*. Porto Alegre: Artmed.
- Brasil. (2015). Lei Nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. *Diário Oficial*, 187, Brasília. [Link](#)
- Cheibub, B. L. (2011). Ponderações sobre o Turismo Social a partir da história institucional do Serviço Social do Comércio (Sesc) e da produção acadêmica brasileira. *Internacional Conference on Tourism & Management Studies*, 1, 486–496. [Link](#)
- Cheibub, B. L. (2012a). Apontamentos históricos sobre o Turismo Social. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 5(3), 560–581. [Link](#)
- Cheibub, B. L. (2012b). Breves reflexões sobre o turismo social a partir da história institucional do Serviço Social do Comércio (Sesc) e da produção acadêmica brasileira. *Dos Algarves. A Multidisciplinary e-Journal*, (21), 4–23. [Link](#)
- Côco, J. C., Emmendoerfer, L., & Jacques, V. (2013). Turismo social: uma trajetória de inclusão social no SESC Santa Catarina. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 6(2), 482-499. [Link](#)
- Corbari, S. D., & Grimm, I. J. (2020). A pandemia de Covid-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba-PR: uma análise preliminar. *Ateliê do Turismo*, 4(2), 1-26. [Link](#)
- Creswell, J. W. (2016). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Dos Santos, P. C., Falcão, C. H. P., & Silva, L. A. G. (eds.) (2007). *Modelo da Atividade Turismo Social: módulo de turismo emissor*. SESC Departamento Nacional. [Link](#)

Neves, L. T. M. & Graciano, P. F. (2021). Pandemia Covid-19: desafios ao turismo social. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 13(Especial Covid-19), 1-20. DOI <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i4p20>

- Eugenio, J. de O., & Cheibub, B. L. (2020). Turismo Social “na prática”: a experiência turística de pessoas em situação de rua na região metropolitana do Rio de Janeiro- RJ, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(4), 1017-1038. [Link](#)
- Falcão, C. H. P. (2006). Turismo social: em busca de maior inclusão da sociedade. In: C. L. Carvalho & L. G. M. Barbosa (Eds.), *Discussões e Propostas para o Turismo no Brasil: o Observatório de Inovação do Turismo*. (pp. 127-156). SESC Departamento Nacional.
- Farias, W. G., & Pimentel, M. R. (2021). ID. Jovem 2.0, um turismo social pós-fordista? Estudo sobre os hábitos de viagem dos usuários do programa. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(1), 126–147. [Link](#)
- Fino, P. M., & Silva, N. C. da. (2013). O estudo do turismo social: teoria e prática no ensino superior. *Tourism & Management Studies*, 4, 1308-1318. [Link](#)
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. [Link](#)
- Jornal do Comércio. (2021, 10 MAR). As perdas do setor do turismo no Brasil e a pandemia. *Jornal do Comércio - Editorial*. [Link](#)
- Kotala, G. (2001). *Flu: The Story of the Great Influenza Pandemic of 1918 and the Search for the Virus that Caused it*. Touchstone.
- Kushano, E. S., & Meira, C. M. (2019). Perfil e nível de satisfação dos usuários do Programa de Turismo Social no litoral paranaense. *Ateliê do Turismo*, 3(2), 1–25. [Link](#)
- Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: a model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89-99. [Link](#)
- Lima, A. I., Oliveira, F. B., Galvão, I. M. A., Santos, G., & Santos, S. C. C. dos. (2010). O turismo social como veículo para o desenvolvimento, a inclusão social e o lazer no interior de Pernambuco: um estudo de caso do Sesc Triunfo. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 5(2), 1-19. [Link](#)
- Löbler, M. L., Lehnhart, E. dos R., & Avelino, A. F. A. (2014). Como estão sendo conduzidos os estudos de caso? uma reflexão sobre os trabalhos publicados na área de Administração. *Anais ... XXXVIII Encontro ANPAD*, 2010, 1-16. [Link](#)
- Ministério do Turismo - Mtur. (2018). *Plano Nacional de Turismo 2018-2022*. Brasília: Ministério do Turismo. [Link](#)
- Ministério do Turismo - Mtur. (2019). *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Social no Brasil*. Brasília: Ministério do Turismo. [Link](#)

Neves, L. T. M. & Graciano, P. F. (2021). Pandemia Covid-19: desafios ao turismo social. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 13(Especial Covid-19), 1-20. DOI <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i4p20>

- Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., & Ritchie, B. W. (2018). 'No Ebola...still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87. [Link](#)
- Organização Mundial de Turismo - OMT. (2009). *Código Ético Mundial para o Turismo: princípios*. [Link](#)
- Pereira, J., Moretto Neto, L., & Zanini, R. (2011). Central de Turismo Social do SESC- Florianópolis-SC: a inclusão pela via do turismo. *Turismo em Análise*, 22(2), 277-292. [Link](#)
- Rasmussen, J. (1997). Risk management in a dynamic society: a modelling problem. *Safety Science*, 27(2-3), 183-213. [Link](#)
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rodriguez-morales, A. J., Bonilla-Aldana, K., Tiwari, R., Sah, R., Rabaan, A. A., & Dhama, K. (2020). Covid-19, an emerging coronavirus infection: current scenario and recent developments: an overview. *Journal of Pure and Applied Microbiology*, 14(1), 1-8. [Link](#)
- Sá-Silva, J. R., Almeida, C. D. de, & Guindani, J. F. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 1(1), 1-15. [Link](#)
- Saccol, A. Z. (2009). Um retorno ao básico: Compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. *Revista de Administração da Universidade de Santa Maria*, 2(2), 250-269. [Link](#)
- Sahin, S., Ulubeyli, S., & Kazaza, A. (2015). Innovative crisis management in construction: approaches and the process. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 2298-2305. [Link](#)
- Santos, A. F. L. (2016). Administração pública do turismo: experiências sulamericanas de turismo social em perspectiva comparada (Argentina, Brasil e Chile). *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 6(3), 56-66. [Link](#)
- Serviço Social do Comércio - Sesc. (2019). *Anuário Estatístico*. [Link](#)
- Serviço Social do Comércio - Sesc. (2021). *Departamento Nacional*. [Link](#)
- Sigala, M. (2020). Tourism and Covid-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. [Link](#)
- Tito, A. L. de A., & Araújo, M. V. P. de. (2019). Estudos sobre gestão de crises no turismo: abordagens e contextos. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 11(2), 476-491. [Link](#)

Neves, L. T. M. & Graciano, P. F. (2021). Pandemia Covid-19: desafios ao turismo social. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 13(Especial Covid-19), 1-20. DOI <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i4p20>

United Nations World Tourism Organization - UNWTO. (2021). *Covid-19 Response Travel Restrictions*. [Link](#)

Vargas, E. E. M. de A., & Colasante, T. (2018). Turismo Social: o modelo do Serviço Social do Comércio (SESC) Social. *Turismo e Sociedade*, 11(3), 472-494. [Link](#)

Yin, R. K. (2016). *Pesquisa Qualitativa: do início ao fim*. Porto Alegre: Penso.

#### **PROCESSO EDITORIAL**

Recebido: 27 MAI 21 Aceito: 16 AGO 21