

O FESTIVAL DE INVERNO DE PEDRO II-PI E O PERÍODO PANDÊMICO: percepções e desdobramentos

*THE PEDRO II-PI WINTER FESTIVAL AND THE PANDEMIC PERIOD:
perceptions and developments*

Christiano Maranhão*
Maria Alves de Oliveira Rodrigues**

Resumo: O presente estudo busca analisar as percepções e desdobramentos causados pela pandemia da Covid-19 sobre o Festival de Inverno da cidade de Pedro II-PI. Trata-se de um estudo exploratório-descritivo, de viés qualitativo, que se operacionaliza a partir da análise documental e da aplicação de entrevistas semiestruturadas com gestores e empreendedores do turismo. Como principais resultados observa-se a importância do Festival, como um elemento catalisador do turismo na cidade de Pedro II, entendendo-o como um evento que promove o turismo na cidade, estimulando a cadeia produtiva local. Percebe-se também que, durante a pandemia, o setor turístico sofreu importantes perdas econômicas que refletiram diretamente nas localidades, assim, notou-se a falta do suporte e articulação, do poder público, que acabou gerando distintas percepções e desdobramentos, inclusive a dificuldade de adaptação ao cenário pandêmico e a agilidade com a retomada das atividades.

Palavras-Chave: turismo; Covid-19; Festival de Inverno; Pedro II.

Abstract: The present study seeks to analyze the perceptions and consequences caused by the Covid-19 pandemic on the Winter Festival of the city of Pedro II-PI. This is an exploratory-descriptive study, with a qualitative bias, which is based on document analysis and the application of semi-structured interviews with tourism managers and entrepreneurs. As main results, the importance of the Festival can be observed, as a catalyst for tourism in the city of Pedro II, understanding it as an event that promotes tourism in the city, stimulating the local production chain. It is also noticed that, during the pandemic, the tourist sector suffered important economic losses that directly reflected in the localities, thus, there was a lack of support and articulation, from the public power, which ended up generating different perceptions and developments, including the difficulty of adaptation to the pandemic scenario and agility with the resumption of activities.

Keywords: tourism; Covid-19; Winter's festival; Pedro II.

1 Introdução

A atividade turística vem se constituindo no Brasil como um importante setor da economia, sendo responsável pela criação de cerca de 7,4 milhões de empregos até 2019. De modo geral, a atividade corresponde a 3% do total de empregos do país (CRUZ, 2020). Ainda de acordo com as contribuições de Cruz (2020), o turismo é um ramo que gera emprego e renda para uma gama variada de agentes, desde profissionais de nível superior, com fluência

* Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó (FELCS/UFRN). E-mail: christianomaranhao@gmail.com.

** Bacharel em turismo de CEAD/UFPI. E-mail: mariaalveso251@gmail.com

em vários idiomas, até à indivíduos com baixa escolaridade que estão começando a ingressar no mercado de trabalho.

Somado a isso, importa considerar o avanço do turismo na região Nordeste do Brasil, que tem assumido certo protagonismo na última década. Segundo Ribeiro e Moreira (2021) vale destacar o avanço do turismo no litoral piauiense, em especial para o Delta do Parnaíba/PI.

No entanto, o turismo é um setor que sempre esteve em uma situação delicada quanto ao enfrentamento de momentos de crise, sempre considerando como as condições econômicas, sociais, políticas, sanitárias e ambientais impactam na preferência e motivação de realizar ou não uma viagem (CORBARI; GRIMM, 2020; CRUZ, 2020; GUERREIRO; VILELA, 2021). Assim, a crise sanitária instalada diante da pandemia de Covid-19, deflagrada em 2020, tem se constituído como um importante desafio para o setor do turismo (GUERREIRO; VILELA, 2021).

Ao final de 2019, a descoberta do vírus chamado SARS-CoV-2 surpreendeu o mundo, tanto pela sua alta transmissibilidade quanto pela sua mortalidade. Além do cenário sanitário preocupante, a doença prejudicou diretamente o andamento da economia, tendo em vista a única medida possível e conhecida, no início da pandemia para o enfrentamento da doença, o distanciamento social (GUERREIRO; VILELA, 2021).

Guerreiro e Vilela (2021) ressaltam ainda que no início da pandemia, as restrições às viagens já incidiam sobre 90% da população mundial. E diante do alto risco de contágio, presenciou-se o cancelamento das viagens nacionais e internacionais, fechamentos de fronteiras na tentativa de impedir que o contágio se alastrasse (CARBARI; GRIMM 2020).

Se a pandemia alcançou esse nível de impacto sobre o turismo internacional, o peso sobre os pequenos empreendimentos turísticos foi bem mais expressivo. Ribeiro e Moreira (2021) ressaltam como os empreendedores do turismo apresentam uma grande preocupação sobre o processo de recuperação do setor. Sendo um dos primeiros setores a fechar, diante do avanço da pandemia, o turismo também se apresenta como um dos últimos a voltar à ativa com o recrudescimento da disseminação do vírus (CORBARI; GRIMM, 2020).

Além disso, mesmo com as vacinas e com um aparente retorno das atividades no início de 2022, o processo de retomada ainda ocorre de forma complexa, diante da necessidade do suporte do Estado, por meio de políticas públicas de promoção e suporte o

setor do turismo. Segundo Guerreiro e Vilela (2021), o papel do Estado é fundamental para o crescimento do turismo, diante de um cenário de normalidade, e esse papel se justifica ainda mais, em face da urgente crise pandêmica.

É a partir dessa conjuntura, que este estudo busca analisar as principais percepções e desdobramentos gerados no âmbito da pandemia da Covid-19, diante da realização do Festival de Inverno da cidade de Pedro II/PI, um dos principais eventos do município, que gera captação de fluxos turísticos para a localidade.

Relata-se que a cidade de Pedro II consta no Mapa de Turismo do Brasil, participe da rota turística Polo Aventura e Mistério do estado do Piauí, com especial destaque para o seu Festival de Inverno, que mobiliza turistas do estado e de outras regiões. Refletindo sobre Pedro II, a partir de um viés pautado na potencialidade e oferta turística, destaca-se as cachoeiras do Salto Liso e Urubu Rei, o Morro ou Mirante do gritador, dezenas de sítios arqueológicos, dos quais enfatiza-se o da Torre (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

De forma conjunta também é permitido citar o minério de Opala, gema encontrada em poucas regiões do planeta. Somado a possibilidades, identifica-se também uma rota de viés histórico, voltada ao patrimônio cultural da cidade, com o Memorial Tertuliano Brandão, Museu da Roça e Sítio Buritizinho, assim como todo o centro histórico da cidade com seus respectivos casarões coloniais (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

Em face desse cenário de possibilidades e de conexões com distintos segmentos da atividade turística (turismo cultural, turismo de aventura, ecoturismo, dentre outros) essa pesquisa justifica-se, academicamente, pela possibilidade de contribuir para o campo de estudos do turismo, ao mapear as percepções e desdobramentos da pandemia nas pequenas cidades, se constituindo como mais um instrumento que possibilita o debate e encaminhamentos para a necessária promoção de políticas, em busca do amparo e recuperação do setor turístico.

De modo pessoal, a pesquisa justifica-se ainda em face de um dos autores residir no aludido município, e presenciar *in loco*, os desafios postos pela Covid-19, que ainda impactam na dinâmica cotidiana do lugar. Entende-se também que a pesquisa traz para o debate, pautas sociais importantes, como o necessário suporte para trabalhadores informais, diante do colapso do sistema social e/ou público, em face do período pandêmico.

Pela falta de informações coletadas anteriormente sobre o Festival, o estudo acaba contribuindo também para a divulgação de dados sobre o evento, colocando em evidência a cidade de Pedro II e seu tradicional Festival, fomentando um estudo com novas informações para gerações futuras, podendo facilitar a promoção de novas ideias para melhorias da cidade e do festival.

2 Referencial teórico

2.1 Turismo, crises e pandemia

O turismo brasileiro, enquanto setor econômico, tem se estabelecido como um importante fator na geração de oportunidades de emprego e renda, na medida em que são aproveitados os potenciais turísticos do país, com destaque para suas belezas naturais dispersas por todo o território nacional (CORBARI; GRIMM, 2020). Considerando a amplitude de possibilidades de atividades turísticas, o campo de serviços que este setor gera, absorve uma variedade de atividades e indivíduos com diversas formações profissionais (CRUZ, 2020).

Cruz (2020) ratifica que a pluralidade de atividades que compõem o setor turístico vai desde a oferta de meios de hospedagem até atividades recreativas e desportivas. Podemos mencionar assim os serviços de bar e restaurantes; transportes rodoviários e aéreos, bem como os serviços que se prestam junto ao setor de transportes; agências de viagens; aluguel de bens móveis; atividades culturais dentre outras.

É perceptível o vasto campo que o turismo alcança e as possibilidades de promoção de emprego e renda que o setor pode oferecer. No Brasil, entretanto, o olhar das gestões para esse setor ainda é tímido, evidenciando-se a partir das políticas públicas desconexas e sem continuidade. Relata-se que as políticas voltadas para a valorização e fortalecimento do turismo só entraram na agenda dos governos a partir da década de 1990, e nesse momento houve uma abordagem no sentido de descentralizar as ações voltadas ao turismo, delegando muitas competências administrativas para os governos locais (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

Apesar disso, o crescimento do setor marcou as primeiras décadas do século XXI, onde se estimou que até 2019, o turismo seria responsável por cerca de 3% dos empregos do país. Para esse mesmo ano, as análises pontuavam que o turismo geraria “7,4 milhões de empregos – incluindo empregos diretos, indiretos e induzidos” (CRUZ, 2020, p. 01). Destaca-se ainda que, no ano anterior a pandemia, o turismo brasileiro registrou 94,4 milhões de desembarques em território nacional (CRUZ, 2020).

Todo o potencial do turismo no Brasil se coloca diante de dificuldades inerentes ao setor. Além das questões estritamente políticas, a falta de vontade ou de percepção dos gestores diante das oportunidades que o turismo pode promover, também existem as conjunturas sociais, econômicas e sanitárias (GUERREIRO; VILELA, 2021). É nesse sentido que Guerreiro e Vilela (2021) ressaltam a vulnerabilidade do setor turístico diante das situações de crises, nas quais o turismo costuma ser o primeiro afetado.

Corbari e Grimm (2020) apresentam essa mesma constatação, enfatizando como o turismo é um serviço que está intimamente ligado com as condições políticas, econômicas e ambientais, no sentido de que, crises econômicas, impasses políticos e desastres ambientais incidem diretamente sobre o desenvolvimento e funcionamento de suas atividades. Dessa forma, a questão sanitária destaca-se como um fator que merece ênfase e que acabou ganhando proeminência no debate sobre as fragilidades do setor turístico, especialmente com a eclosão da pandemia de Covid-19.

Ao longo do século passado várias epidemias acometeram o mundo, causando perdas humanas e materiais, dentre elas podemos citar a gripe espanhola (1918 e 1920), a gripe asiática (1957 e 1960), a gripe de Hong Kong (1968-1972), a gripe russa (1977-1978) e a gripe influenza Pandêmica em 2009 (SOUZA, 2020).

Também neste século, em 2002 e 2015, surtos de Síndrome Respiratória Aguda no Oriente Médio demonstraram o impacto das epidemias sobre o turismo. A análise sobre a segurança de uma viagem é um dos principais fatores que pesam nas escolhas dos turistas. Nesse sentido, vale destacar a crise da pandemia de 2020, sob a disseminação do vírus causador da Covid-19, considerada por muitos, como um fator que compõe o cenário de mudanças climáticas e destruição do meio ambiente (CORBARI; GRIMM, 2020).

Com a elevação da categoria da Covid-19 para pandemia, pela Organização Mundial da Saúde (OMS), os impactos sobre o turismo foram imediatos, diante da

preocupação diante da disseminação do vírus pelo mundo. Estimativas apontam que nesse momento em torno de 90% da população mundial já estava com algum nível de restrição a viagens (GUERREIRO; VILELA, 2021). Segundo Corbari e Grimm (2020, p. 03):

[...] observou-se que as operações de hospitalidade e turismo de muitos países foram canceladas e as viagens internacionais e, em alguns casos, as nacionais, praticamente cessaram. Cabe ressaltar que o turismo é, também, um vetor de contágio [...] as viagens têm sido destacadas na rápida propagação global da pandemia.

Com seu caso em Wuhan, província de Hubei na China, no final de 2019, a Covid-19 se espalhou rapidamente, se manifestando numa doença de caráter respiratório, que, entretanto, causava sintomas diferentes em cada pessoa, podendo não passar de uma gripe forte para alguns e levando outros a óbito (CORBARI; GRIMM, 2020).

Devido seu alto grau de transmissibilidade, a Covid-19 passou rapidamente a ser encarada como um problema global, posto que, devido aos avanços da globalização, em especial nos transportes, a doença rapidamente chegou a todos os continentes (SOUZA, 2020).

Enquanto medida de controle, a ineficácia de tratamentos farmacológicos, acabou caracterizando o distanciamento social, como importante medida para conter a disseminação do vírus. Adotou-se assim o chamado isolamento social ou *lockdown*.

No Brasil, o isolamento foi instituído pelo governo federal (Portaria nº 340, 2020), que estabeleceu o fechamento dos empreendimentos que prestam serviços considerados 'não essenciais', dentre os quais a prática turística encontra-se contemplada (Decreto nº 10.282, 2020). Ademais, o Brasil é um dos países que fecharam as suas fronteiras terrestres e restringiram a entrada de pessoas via transporte aéreo, exceto para os residentes e cidadãos brasileiros. (SOUZA, 2020, p. 3).

Assim, se instaurou no país o fechamento de vários setores da economia em vista do impedimento do fluxo de pessoas. Um dos primeiros setores que sentiram o impacto das medidas restritivas foi o turismo, como já anunciavam os pesquisadores no início de 2020 (HENRIQUES; PORTUGAL; ARROBAS, 2020). Enquanto um setor estritamente ligado a capacidade de mobilidade e interação social das pessoas, o turismo não possui meios alternativos de funcionamento diante de medidas de restrição ao fluxo de pessoas (HENRIQUES; PORTUGAL; ARROBAS, 2020).

Esse dado é ainda mais alarmante quando se considera os pequenos empreendimentos que por sua própria natureza, estão mais expostas as consequências

negativas, tais como a queda vertiginosa no faturamento, de missões de funcionários e contração de dívidas (GUERREIRO; VILELA, 2021).

Transcorridos já mais de dois anos completos de pandemia, algumas análises já se voltam para os diagnósticos das perdas no setor do turismo ao longo dos períodos de fechamento. Guerreiro e Vilela (2021) evidenciam que a pandemia da Covid-19 já acumulou um prejuízo para o turismo que só pode ser comparado as consequências da Segunda Guerra Mundial.

Dentre os principais desdobramentos apresentados Guerreiro e Vilela (2021) mencionam as demissões, a variação negativa no faturamento e o medo de viajar que, mesmo com certo controle da pandemia, ainda é permitido presenciar certa demora de retomada do setor, sobretudo, no âmbito das pequenas empresas. O mais preocupante são os prognósticos para à área. Estima-se que sejam necessários no mínimo dois anos para que o turismo se recupere aos padrões de 2019, podendo chegar a quatro anos de recuperação, caso não sejam oferecidas políticas de suporte por parte do Estado brasileiro (GUERREIRO; VILELA, 2021). Ainda para os autores, o turismo deve retomar gradualmente seguindo algumas fases, das quais se inicia com a viagem em família, de veículo próprio; depois o turismo doméstico e; por fim a retomada do turismo internacional.

2.2 Turismo em Pedro II: o festival de inverno

A cidade de Pedro II localiza-se no interior do Piauí, a mais de 200 km da capital do estado (Mapa 1). Situada numa região de serra a cidade possui um clima mais ameno quando comparada as demais cidades do estado e costuma ser mencionada como a “Terra da Opala” devido aos garimpos dessa gema rara existentes na região (SANTOS, 2016).

Além disso, a cidade compõe as rotas oficiais de turismo do Piauí, das quais destacamos a rota Polo Aventura e Mistério do Estado do Piauí. Devido ao intenso fluxo de turistas em determinadas épocas do ano a cidade já consta no Mapa de Turismo Brasileiro, com destaque para o seu “Festival de Inverno” (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

Mapa 1 - Mapa do Piauí com destaque para a localização de Pedro II



Fonte: Getirana (2013, p. 20)

Com uma população de aproximadamente 38.704 habitantes, o turismo em Pedro II tem se constituído como uma importante fonte de renda, possuindo uma associação de condutores e guias de turismo para atender a demanda de visitação à cidade (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

Teixeira, Gomes e Paes (2018), afirmam que, como o turismo na cidade centraliza-se em torno de dois eixos principais, a saber: a natureza, com destaque para as diversas cachoeiras espalhadas pela região, das quais as mais famosas são a do Salto Liso e a do Urubu-Rei sendo a cacheira mais alta do Piauí, e o mirante do gritador com 300 metros de altura e está a 720 metros de altitude.

Pedro II é também conhecida pelo apelo cultural, com destaque para seu artesanato, com suas famosas redes de Tear, além disso, a existência de dezenas de sítios arqueológicos também compõe o turismo local; o outro eixo turístico se concentra na parte histórica da cidade com seu casario de arquitetura colonial. Apesar de todas essas potencialidades para o turismo, a cidade de Pedro II se tornou conhecida por todo o país e, internacionalmente, graças ao Festival de Inverno, que funciona como um verdadeiro catalizador do turismo local (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

O Festival de Inverno de Pedro II inicia oficialmente no ano de 2004, durante a gestão do prefeito Carlos Braga, no entanto, a ideia de um festival que pudesse congrega arte e o potencial turístico local não era nova. Como descreve o professor pedrosegundense Getirana (2013) em seu livro “10 Anos de Festival de Inverno e outras histórias”. O aludido autor afirma que na cidade já haviam sido realizados diversos outros festivais de abrangência local, focados na arte e no turismo. Entretanto, sensibilizar o poder público demandou algumas décadas e somente em 2004 a cidade passou a ter um festival organizado e patrocinado pela administração municipal em parceria também com o governo do estado (GETIRANA, 2013).

Inicialmente o Festival tinha uma proposta voltada ao jazz e blues, perspectiva que foi mantida até sua 3ª edição, entretanto, a partir de sua 4ª edição o Festival foi assumindo um caráter mais focado na música popular brasileira (MPB). Assim, importantes nomes da MPB já passaram pelos palcos do Festival de Inverno, dos quais podemos citar: Lenine, Arnaldo Antunes, Milton Nascimento, Nando Reis, Edson Cordeiro, Vanessa da Mata, Maria Rita, Zeca Baleiro, Fernanda Takai, Stanley Jordan, Armandinho, João Bosco, Ivan Lins, Marina de la Riva, Leila Pinheiro, Wagner Tiso, Victor Biblione, Danilo Caíme, Kenny Brown, Rosa Maria, Hermeto Pascoal, Maria Gadú, Zélia Duncan, dentre outros (GETIRANA, 2013).

Algumas questões tocam quanto a abrangência e ao crescimento do Festival de Inverno. Diante da inserção do evento na rota turística local, a pequena cidade de Pedro II se viu com um intenso fluxo de visitantes, o que acarretou problemas de logística quanto aos transportes na cidade e a incapacidade da cidade em hospedar todos os turistas (GETIRANA, 2013).

Além disso, Getirana (2013) menciona também como a princípio os estabelecimentos comerciais da cidade não souberam equilibrar o preço dos seus produtos ao longo dos dias de Festival, havendo intensas reclamações quanto a práticas abusivas na venda de alimentos e bebidas.

Outra problemática que o turismo de Pedro II enfrenta, se dá na sazonalidade da visitação na região, o Festival de Inverno acaba concentrando a maior parte dos turistas ao longo do ano e, como o mesmo dura no máximo 4 dias (aproveitando o feriado estendido de

Corpus Christi), no decorrer do ano a visitação cai vertiginosamente (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

Nesse aspecto, percebe-se a falta de políticas públicas e de um planejamento estratégico para a cidade, de modo a promover o desenvolvimento do turismo para além do período do Festival de Inverno, especialmente quando se considera a ampla gama de possibilidades do turismo se diversificar na cidade (TEIXEIRA; GOMES; PAES, 2018).

3 Metodologia

O caminho metodológico traçado para dar suporte às questões levantadas caracteriza o estudo como uma pesquisa exploratória-descritiva, onde a perspectiva exploratória ratifica-se pelo reconhecimento da carência de informações sobre o objeto em estudo (RIBEIRO; MOREIRA, 2021).

De modo associado, Gil (1999) diz que a pesquisa exploratória objetiva buscar informações concretas para esclarecer aquilo que ainda não foi estudado ou temáticas que ainda carecem de informação. Nesse sentido, não apenas as percepções da pandemia se constituem como uma demanda a ser dimensionada, mas especificamente, como estas revelam o andamento do turismo das pequenas cidades, causando distintos desdobramentos.

O viés descritivo emerge como possibilidade de registrar (descrever) e complementar o processo de exploração e busca das informações basilares. Assim, o estudo descritivo pretende relatar com clareza: os fatos, os acontecimentos e os fenômenos. Por essa razão, é usado para conhecer características, valores e enclaves postos na conjuntura estudada (OLIVEIRA, 2021).

De modo complementar, adotou-se uma abordagem qualitativa, por entender que os elementos e subsídios tratados correspondem às questões de características subjetivas, dotadas de particularidades, que se distanciam de métricas numéricas (OLIVEIRA, 2021).

Pensando na coleta de dados é permitido pontuar o uso do instrumento da entrevista semiestruturada, de modo a garantir maior liberdade ao desenvolvimento das respostas pelos entrevistados, considerando que, enquanto um campo pouco explorado, o estímulo a respostas mais desenvolvidas permite uma gama expressiva de informações (HAGUETTE, 2010).

Assim, as entrevistas foram realizadas a partir de um roteiro de questões iniciais, com considerações mais genéricas sobre perfil socioeconômico do entrevistado até o modo como este analisa o setor do turismo local e as percepções e desdobramentos da pandemia, em especial pela ausência do Festival de Inverno.

A seleção dos entrevistados seguiu o seguinte parâmetro: inserção no setor turístico local (hotelaria, eventos ou guiamento) e/ou participação no planejamento do Festival de Inverno de Pedro II. Com isso, foram selecionados 4 (quatro) empresários do setor do turismo e dois gestores do setor público envolvidos com a organização e execução do Festival de Inverno de Pedro II.

É importante relatar, que diante da falta de informações na internet e de dados coletados anteriormente, decidiu-se produzir um roteiro de entrevista semiestruturada, visando os sujeitos de maior representatividade e conhecimento sobre a cidade e o Festival do setor público e privado. O roteiro seguiu uma lógica de aprofundamento progressiva, iniciando por questões de identificação até chegar na parte específica sobre a experiência dos entrevistados no setor turístico e a sua avaliação sobre a gestão do Festival de Inverno e os impactos da pandemia sobre o mesmo e todo o setor turístico local.

A coleta e análise de dados também ocorreram por meio da triagem de artigos científicos de temáticas aproximadas, a partir da consulta nas ferramentas de busca do Google Acadêmico, usando os seguintes descritores:

- a) impactos do covid-19 no turismo (cinco artigos);
- b) festival de inverno de Pedro II (dois artigos);
- c) eventos e pandemia (dois artigos) dentre outros, que possibilitaram a coleta e organização de subsídios relevantes (fontes primárias e secundárias).

A fase da análise dos dados seguiu um processo ordenado a partir dos seguintes passos:

- a) Pré-análise: com a devida sistematização do conteúdo coletado, destacando questões de interesse;
- b) Sondagem detalhada: codificando e mapeando, em termos informacionais, os principais dados coletados, a partir do viés que o estudo se fundamenta; (c) Interpretação: momento de explicar as principais inferências e resultados relacionados às questões levantadas pela pesquisa.

Por fim, o estudo não busca esgotar o debate em torno da temática central, uma vez que a pandemia ainda é um agente atuante na conjuntura mundial, mesmo com o surgimento de vacinas e outros cuidados. Mas busca-se motivar o debate sobre as vulnerabilidades do turismo e a necessidade de apoio estatal, sobretudo, nos pequenos municípios brasileiros.

4 Resultados e discussões

4.1 Percepções e desdobramentos do Festival de inverno de Pedro II, PI durante o período pandêmico

A partir do percurso metodológico e teórico apresentado, relatam-se as principais apreciações mapeadas, na busca central por analisar as principais percepções e desdobramentos, gerados pela pandemia da Covid-19, diante da realização do Festival de Inverno da cidade de Pedro II, PI um dos principais eventos de captação de fluxos turísticos para o município.

Como já pontuado, a pesquisa concentrou suas entrevistas em seis atores locais, sendo quatro provenientes do setor do turismo, empreendedores de estabelecimentos como pousadas e restaurantes e, dois atores relacionados à administração pública da pasta do turismo. Para resguardar a identidade dos entrevistados eles seguem identificados por codinomes.

Nesse sentido, as falas dos agentes entrevistados sinalizam a constatação das percepções que a literatura já vinha enfatizando, com relação ao papel do Festival de Inverno, entendido como um catalizador do turismo no aludido município. A centralidade do evento e o fato dele se concentrar no auge da temporada turística na cidade de Pedro II é um dado recorrente na percepção dos entrevistados, como se pode observar na fala do Guia de Turismo local, o Festival de Inverno se destaca:

É um período em que os negócios voltados para os serviços de apoio ao turismo se intensificam e a população local se prepara para receber o tão importante evento que, além de promover estes negócios, também proporciona o encontro entre as pessoas que visitam a cidade, fomentando a economia, favorecendo o consumo do que os munícipes produzem (produtos e serviços). (entrevistado Guia de turismo).

Antes do Festival de Inverno, a economia centrava-se em torno da mão de obra local, com destaque para a produção de redes de tear e mineração das jazidas de opalas, que sempre foram exploradas por moradores locais. Outro meio de renda que merece destaque é a culinária regional, utilizando de insumos característicos do campo e utilizados pelos próprios moradores para uso em receitas tipicamente nordestinas.

Compreende-se que o Festival de Inverno foi pensado como uma forma de promover esses potenciais locais em nível nacional e até internacional, evidenciando os principais recursos (reais e potenciais) da cidade. Diante da gestão municipal esse objetivo foi alcançado como se pode observar nas palavras da Entrevistada A:

Com festival de inverno houve um salto grandioso para a cidade, para o setor do turismo, porque, como evento ele conseguiu promover e enfocar a promoção de todas as nossas belezas, de toda a potencialidade que o município, que ele já tinha um potencial grandioso nas belezas naturais na sua cultura e só veio se reafirmar. Com a chegada do festival nós tivemos aí um salto grandioso. (entrevistada A)

Recorda-se que Teixeira, Gomes e Paes (2018) já haviam reforçado em 2018, sobre a centralidade do Festival de Inverno para o setor do turismo na cidade de Pedro II. As falas e percepções dos entrevistados evidenciam um cenário, que mesmo após 4 anos da pesquisa dos autores citados, coloca o turismo como dependente direto da realização do referido evento.

A Entrevistada B, expressa de modo sintético o dilema imposto por essa dependência do setor turístico e hoteleiro: “[...] Pedro II, infelizmente não possui um turismo sustentável e muitas empresas esperam faturamento em quatro dias para cobrir o vermelho do ano inteiro.”(entrevistada b).

Enquanto aglutinador do turismo local, o Festival de Inverno envolve um processo de preparação que por si só, já mobiliza e potencializa o setor do turismo no município. Sendo o seu planejamento iniciado entre 10 e 6 meses antes da data do evento, como afirma a Entrevistada C.

Além disso, conforme a Entrevistada A, o Festival de Inverno se desenvolve a partir da atuação de diversos parceiros, cada qual com suas competências específicas, que vão desde o financiamento, a cargo do Governo Estadual, a gestão da estrutura da cidade para recepção do evento, de competência da prefeitura e, as autarquias e empresas privadas, das

quais se destacam o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que, fornece capacitações e treinamentos para os agentes envolvidos com o setor turístico local.

Nesse sentido, fica patente diante da fala dos entrevistados a representatividade que o Festival de Inverno assume no município, não apenas para a divulgação das belezas da cidade, mas para a economia local. Longe de focar apenas nas atividades estritamente ligadas ao turismo, o Festival incide na entrada de receitas e melhorias estruturais para a cidade. Assim, estima-se que durante os dias do evento, sejam injetados até cinco milhões de reais na economia local, como afirma o professor Ernani Getirana (escritor e um dos idealizadores do festival, além de empreendedor do setor turístico local).

Posto essas considerações iniciais sobre a relevância econômica e social do Festival de Inverno em Pedro II, a questão que se impõe agora é como o setor turístico e o município de Pedro II passaram pelo período pandêmico? e a consequente não realização do Festival, atualmente chegando ao terceiro ano consecutivo sem a festividade?

Se a importância do Festival está explícita na percepção dos entrevistados, a ausência deste, devido a pandemia também é algo presente em suas falas. Para cada ano, o Entrevistado C afirma que:

[...] a não realização de imediato impediu a injeção de, pelo menos, 5 milhões de reais. Além disso, frustrou as férias de milhares de turistas, implodindo a rede hoteleira local e causando sérios problemas no comércio e na construção civil. Os artistas, músicos, holdings, técnicos, todos foram severamente prejudicados com o corte abrupto de seus ganhos financeiros. (entrevistado c)

Considerando essa estimativa, os desdobramentos com âmbito nos prejuízos advindos da não realização do Festival de Inverno já caminham próximos da casa dos 15 milhões de reais. Outro ponto que merece destaque é como a classe artística local também foi impactada pela pandemia, não apenas pela ausência do grande palco do Festival, mas pelo isolamento, que apesar de necessário, acabou restringindo até as pequenas festividades que ocorriam ao longo do ano.

A fragilidade do setor turístico diante de cenários de crise e/ou catastróficos é algo patente na literatura. Segundo Henriques, Portugal e Arrobas (2020) o turismo, devido sua

íntima ligação com os processos de locomoção, sofre diretamente os impactos de qualquer evento que incida na diminuição do trânsito das pessoas pelo território.

Nesse aspecto a medida de contenção proposta para dirimir a propagação do vírus da Covid-19 implicou na paralização, quase que imediata, do funcionamento do setor turístico (SOUZA, 2020). As perdas provenientes do cancelamento dos Festivais de Inverno ao longo dos últimos anos se constituem como um relevante desdobramento da pandemia sobre o turismo local de Pedro II, e do próprio Piauí, considerando que o evento extrapola as fronteiras do estado.

A Entrevistada B expressa as percepções da pandemia e a consequente ausência do Festival de Inverno, pontuando o quanto o festival gera lucro direto, não apenas durante os quatro dias de festa, mas também pela divulgação que proporciona aos estabelecimentos, atraindo turistas até mesmo fora do período do Festival. A Entrevistada pontua ainda como as perdas materiais causadas pela ausência do Festival de Inverno e pela Pandemia se manifestaram no setor turístico local:

Com a Pandemia os empreendedores perderam muito, alguns entraram em falência, se desestruturaram financeiramente, se endividaram muito. Alguns não conseguiram ainda se estruturar. Envolveu emoção e danos, desmotivando o empreendedor. (entrevistada b).

Diante do cenário de crise do turismo local e de todas as perdas econômicas e sociais provenientes da pandemia, e consequentemente a não realização do Festival de Inverno, cabe reforçar o papel do poder público em desenvolver medidas para diminuir os efeitos da crise e proporcionar a reestruturação do setor, como já sinalizado por Guerreiro e Vilela (2021). Os autores ainda relatam que as estimativas já computam a atual crise do setor turístico como a maior desde a Segunda Guerra Mundial, com prognósticos que indicam uma recuperação lenta e gradual de até quatro anos, caso não existam medidas de apoio a reestruturação do setor.

Nesse aspecto, ao avaliar o papel do poder público diante do suporte ao setor turístico local, fica patente a ausência de ações coordenadas para garantir apoio aos empreendimentos locais. Durante a pandemia com a ausência do Festival de Inverno que congregava todos os empreendedores, os entrevistados do setor privado expressaram sua percepção de abandono diante do poder público municipal e estadual.

A Entrevistada A elenca essa percepção ao comentar: “*Os poderes públicos, estadual e municipal não se mostraram preocupados com o segmento turístico no período da pandemia*”(entrevistada A), fato que corrobora a fala do entrevistado E, que diz que nunca chegou ao seu conhecimento, nenhuma ação no município voltada a dar suporte para o setor do turismo local.

Ao ser questionada sobre a questão de ações de apoio ao turismo local durante a pandemia, a Entrevistada F pontuou uma série de medidas adotadas pelas diversas esferas do poder público:

Em nível municipal tivemos a realização de eventos virtuais para apresentação de artistas locais pagos com recursos federais via Lei Rouanet, em nível Estadual tivemos a disposição de linhas de créditos em parceria do Governo do Estado do Piauí mais o Banco do Nordeste para os setores do turismo e em nível federal foi desenvolvido o Selo Turismo Responsável em que os estabelecimentos turísticos o receberam por boas práticas sanitárias com o objetivo de trazer segurança ao turista. (entrevistada F)-

Segundo a fala da Entrevistada F, existiram ações para mitigar os impactos da pandemia e a ausência do Festival de Inverno no setor turístico. Entretanto, cabe questionar o porquê dos empreendedores locais não se sentirem contemplados diante das medidas destacadas pela gestão municipal?

Uma possível resposta é a ausência de uma articulação entre o poder público e os empreendedores locais, levando a uma dificuldade de conhecimento das ações desenvolvidas pela gestão municipal, bem como de proposições de políticas públicas calcadas na realidade local e que atendam às necessidades específicas do turismo no município.

A falta de planejamento estratégico do poder público municipal para o turismo da cidade já era algo debatido pela literatura, como evidencia os estudos de Teixeira, Gomes e Paes (2018), fato que ficou mais nítido diante da lentidão na promoção de políticas para arrefecer os impactos da pandemia sobre o turismo local.

5 Conclusões

O presente estudo se debruçou sobre as percepções e desdobramentos da pandemia de Covid-19 sob a realização do Festival de Inverno na cidade de Pedro II no Piauí, destacando como o setor turístico percebeu a ausência da principal festividade local.

Os resultados evidenciaram inicialmente o que a literatura geral sobre turismo argumenta, ratificando a fragilidade desse campo da economia diante de mudanças econômicas, sociais, políticas e ambientais. Ressalta-se também o quanto o pequeno empreendedor foi o agente mais impactado pela crise advinda da pandemia de Covid-19.

Especificamente sobre o objeto de estudo da pesquisa, conclui-se que o Festival de Inverno de Pedro II-PI, apresenta centralidade no calendário de eventos e de turismo do município, entendimento corroborado por todos os entrevistados, sendo reconhecida como o principal período no ano de movimentação do turismo local.

Não apenas isso, o Festival de Inverno também é uma importante vitrine da cidade para as distintas atrações turísticas, incidindo diretamente na razão das visitas a Pedro II, mesmo fora da época do evento.

Outro dado relevante levantado pelo estudo, e que permite concluir sobre a percepção da ausência de ações do poder público municipal pensadas de maneira mais estratégica para as necessidades específicas do turismo local. Durante a pandemia ficou mais evidente o desalinhamento das políticas previstas pelo poder público diante do que os empreendimentos turísticos demandavam.

Para solucionar a necessidade de alinhamento do poder público e empreendedores do município, sugere-se um diagnóstico das falhas e então uma reunião de planejamento que contemple os mais diversos setores turísticos e empreendedores locais, levando em conta as demandas de todos os envolvidos e procurando soluções estratégicas que movimentem o turismo durante todo o ano, capacitando-se para eventuais imprevistos que afetem esses setores, sem esquecer o incentivo do poder público municipal e estadual para com as pequenas empresas desenvolvendo projetos que as ampare.

A partir de um planejamento estratégico adequado, a cidade de Pedro II, que já tem grande potencial turístico, poderá se organizar melhor para receber os turistas e com isso aumentar o fluxo econômico e o reconhecimento dos grandes potenciais turísticos, sejam culturais, naturais, artísticos e históricos arqueológicos.

Por fim, esta pesquisa evidencia ainda o expressivo campo de estudos sobre o turismo no estado do Piauí, que se encontra ainda pouco explorado pela literatura. Destaca-se a necessidade de se compreender melhor os arranjos políticos e econômicos que perpassam a

execução de eventos como o Festival de Inverno, bem como a ausência de estudos mais pormenorizados sobre os impactos econômicos e sociais do turismo para as pequenas cidades.

Referências

CORBARI, S. D.; GRIMM, I. J. A pandemia de covid-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba (PR): uma análise preliminar. **Ateliê do Turismo**, v. 4, n. 2, p. 1-26, 2020.

CRUZ, R. C. A. Impactos da pandemia no setor de turismo. **Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE**, v. 5, n.122, p. 1-8, 2020.

GETIRANA, E. **Dez anos do festival de inverno de Pedro II e outras histórias**. Teresina: EDUFPI, 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas e pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERREIRO, A. C.; VILELA, G. Os impactos do coronavírus nos pequenos negócios de turismo no Brasil: uma análise a partir dos dados do Sebrae. **Revista Turismo em Análise**, v. 32, n. 1, p. 79-99, 2021.

HAGUETTE, T. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2010.

HENRIQUES, E. B.; PORTUGAL, I. B.; ARROBAS, F. Covid-19 e Turismo: danos reputacionais e efeitos da pandemia nos Planos de Férias e Viagens. **Territur Policy Brief**, p. 16, 2020.

OLIVEIRA, M.F. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Catalão, GO, 2021.

RIBEIRO, H. C. M.; MOREIRA, A. A. A. P. COVID-19: efeitos e implicações ocorridos no turismo da rota das emoções localizada no nordeste do Brasil. **Podium Sport Leisure and Tourism Review**, v. 10, n. 2, p. 106-138, 2021.

SANTOS, D.P.D. Rede sociotécnica da opala: etnografia da fabricação de joias no festival de inverno de Pedro II. *In*: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 30., 2016, João Pessoa. **Anais [...]**. Joao Pessoa: [s.n.], 2016. p. 1-20.

SOUZA, M. C. 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**, v. 15, n.1, p. 1-13, 2020.

TEIXEIRA, F. D. S.; GOMES, A. A.; PAES, E.K.R. Gestão pública do turismo no município de Pedro II. **Revista Expressão Científica**, v. 3, edição especial, p. 50-54, 2018.