



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

PASSAPORTE OU ÁLCOOL EM GEL? Um estudo sobre a intenção de viajar no contexto da pandemia a percepção de risco de contágio do Covid-19

ANDRESSA HENNIG SILVA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)

DOUGLAS MACHADO DA SILVA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)

MIKAELA DAIANE PRESTES FLORIANO

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)

PASSAPORTE OU ÁLCOOL EM GEL?

Um estudo sobre a intenção de viajar no contexto da pandemia a percepção de risco de contágio do Covid-19

1 INTRODUÇÃO

A pandemia do Covid-19 obrigou toda a população mundial a redobrar os cuidados com a saúde física em função do risco de contágio pelo vírus, o uso de máscaras, álcool em gel e o distanciamento social, são exemplos de ações preventivas contra a disseminação do vírus. De acordo com Wilder-Smith e Freedman (2020), o distanciamento social e a redução da aproximação física e contatos entre as pessoas, são ações cruciais com o objetivo de diminuir a velocidade de contágio do vírus.

Com o surgimento do novo coronavírus, os países se deparam em situações de emergências, e com isso, seus governantes foram obrigados a tomar decisões para proteger seu povo. Cada país adotou normas preventivas para enfrentar a pandemia do Covid-19, com decretos onde emitiam distanciamento social, lockdown, equipamentos de proteção pessoal, entre outras ações. Marques (2020) ressalta que a pandemia pode deixar mesmo as sociedades mais ricas, ainda mais vulneráveis e desiguais. Gössling, Scott e Hall (2020) apontam, que as restrições de viagens tomadas para o combate da Covid-19, afetaram diretamente as economias nacionais, impactando o setor de turismo, que em semanas diminuiu severamente, e seus segmentos de mercado, como transporte público, cruzeiros, eventos, convenções e transporte aéreo. Segundo Gössling, Scott e Hall (2020), o turismo sempre esteve sujeito a diversas adversidades, incluindo epidemias e pandemias.

A decisão de viajar, envolve diferentes riscos, como a incerteza em relação as condições do destino turístico, riscos psicológicos relacionado a satisfação e avaliação da decisão do destino, risco financeiro, como a ocorrência de despesas inesperadas, contudo, no contexto da pandemia, um dos riscos mais percebidos pelos turistas diz respeito ao risco físico relacionado à saúde, devido a exposição ao vírus da Covid-19 (CHANG, 2009; SÁNCHEZ-CANIZARES *et al.*, 2020). Assim sendo, atualmente os riscos em relação à saúde, tendem a influenciar as decisões relacionadas a viagens (CHINAZZI *et al.*, 2020).

Desse modo, tendo em vista as consequências advindas da pandemia e os sucessivos decretos governamentais, o setor de turismo se deparou em uma situação totalmente prejudicial à sua atividade. Diante deste contexto, este estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a relação entre percepção de risco de contágio e intenção de viajar dos consumidores diante da pandemia do Covid-19?

Este estudo tem como objetivo geral, identificar a relação entre a intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contaminação em viagens. Para auxiliar o alcance desse objetivo, pretende-se especificamente: i) Descrever o perfil da amostra estudada; ii) Analisar a intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens e, iii) Identificar as diferenças dos consumidores na intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens, em relação as características individuais: gênero; ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo em decorrência da contaminação pelo vírus.

O presente estudo se justifica tendo em vista que busca abordar um fenômeno recente que afeta todos os indivíduos do planeta, e os efeitos que a pandemia do Covid-19 acarretou para o setor do turismo. Ademais, a partir de buscas nas principais bases de dados (SciELO, Scopus, Web of Science), identificou-se oportunidades de pesquisa no setor de turismo, uma vez que os poucos estudos encontrados versam sobre: a adaptação do setor em relação aos aspectos econômicos, sociais e ambientais na cidade de Curitiba (PR) (CORBARI; GRIMM, 2020). O estudo de Coelho e Mayer (2020) vem de acordo com o estudo anterior, ressaltando que o setor teve impactos significativos e a presença de novas práticas para a sobrevivência do

turismo e proteção da população. Outro estudo é o de Sánchez-Cañizaresde, et al. (2020), os quais identificaram a percepção de risco ao viajar na pandemia do Covid-19 na Espanha, analisando o comportamento planejado, as atitudes da população, e os riscos e seguranças nas viagens. Ademais, Peluso e Pichierri (2021) ressaltam a escassez de estudos que explorem diferenças individuais nas reações dos turistas diante do contexto imposto pela pandemia.

Assim, o cenário eleito para protagonizar o presente estudo, refere-se aos cidadãos residentes no Estado do Rio Grande do Sul, justifica-se a escolha, pois no final de 2020, o Estado entrou para a lista internacional de destinos seguros durante a pandemia da Covid-19, obtendo o selo de “Turismo Seguro” para incentivar as pessoas a retomada do setor, preservando a saúde dos turistas com o menor risco de contaminação possível durante as viagens (RIO GRANDE DO SUL, 2020). Assim, este estudo pretende contribuir para a academia, para a sociedade e para as empresas turísticas, auxiliando na tomada de decisões no cenário imposto em decorrência da pandemia do Covid-19.

Este artigo está assim estruturado, após a introdução, apresenta-se o referencial teórico. A seguir, a metodologia que respalda a pesquisa, conseguinte tem-se a análise dos dados coletados por meio de questionário on-line e por fim, as considerações finais e as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Comportamento do consumidor na pandemia do Covid-19 e a percepção de risco de contágio

O comportamento do consumidor engloba as motivações que tem por objetivo descobrir por que as pessoas compram, em qual momento compram, onde compram, com que periodicidade compram e com que frequência utilizam o que compram (SCHIFFMAN; KANUK, 2000).

Segundo Chauhan e Shah (2020) a pandemia do Covid-19 e os decretos governamentais, mudaram a forma como as pessoas consomem, trabalham e se comunicam. Os autores relatam que quanto maior a percepção da população sobre o risco de contaminação pelo vírus, em locais fechados, tais como, supermercados e shoppings, mais as pessoas tendem a se limitar ao básico, saindo de suas casas apenas para adquirir itens essenciais, e isso, consequentemente afeta as organizações e a economia como um todo.

Wang et al. (2020), relatam que o distanciamento social pode causar implicações nos indivíduos, tais como, medo, insegurança e ansiedade. No início da pandemia, as pessoas entraram em estado de pânico em razão da incerteza relacionadas ao novo vírus e muitas pessoas se envolveram na compra de pânico, gerando um comportamento de estocagem de produtos básicos, tais como papel higiênico, produtos de limpeza e água, que passaram a faltar nas prateleiras de supermercados e de outros estabelecimentos (KIRK; RIFKIN, 2020).

O distanciamento social imposto como forma de amenizar a transmissão do vírus, estimulou a compra on-line. Muitas empresas tiveram que se adaptar e desenvolver estratégias de marketing para manter suas empresas ativas, priorizando o e-commerce (SBVC, 2020). Pesquisa realizada pela All iN e Social Miner, em 2020, mostra que as lojas on-line tiveram um aumento de 47% de novos clientes, com um total de 42,9 milhões de consumidores (VILELA, 2021). O Consumidor percebe que a compra on-line não é só um cuidado para a prevenção do contágio, mas também um facilitador para que necessidades diárias possam ser atendidas (ABCOMM, 2020).

Assim sendo, as organizações precisam se adaptar a este novo normal, visto que em função da percepção de risco de contágio pelo vírus, os indivíduos, podem preferir um formato de consumo distinto no usual. Para auxiliar na compreensão do comportamento dos indivíduos neste cenário, o modelo de crença em saúde pode indicar alguns caminhos, visto que é uma abordagem que busca explicar o comportamento diante de uma doença ou risco de

adoecer, Glanz, Rimer e Viswanath (2008) afirmam que o modelo de crença em saúde, é dividido em suscetibilidade percebida, gravidade percebida, benefícios percebidos e barreiras percebidas. Em relação a suscetibilidade percebida e gravidade percebida, está a percepção pessoal subjetiva do risco de contrair uma doença e a gravidade percebida pode ser analisada pelo grau de perturbação emocional e pelos tipos de consequências que a doença pode causar na saúde.

No estudo de Costa (2020) para identificar a percepção de risco em relação ao Covid-19, os resultados obtidos versam sobre a associação ao transporte, principalmente o público, pois existe uma grande circulação de passageiros no dia-a-dia, e a outra percepção de risco de contaminação é em relação aos sintomas que o vírus pode causar na saúde, principalmente nas pessoas que estão no grupo de risco. Sendo assim, pode-se supor que o fato de o indivíduo ter contraído ou não o vírus, sua percepção de risco de contágio, pode ser impactada, assim como as consequências emocionais até mesmo relacionadas a ter perdido alguma pessoa próxima em decorrência da doença e ainda, em relação a indivíduos que apresentam comorbidades, podem apresentar diferentes comportamentos (COSTA, 2020).

Del Chiappa, Bregoli e Atzeni (2021) confirmaram em seu estudo que as mulheres têm maior percepção de risco do que os homens, e justificam que as mulheres têm mais obrigações familiares, o que as tornam altamente responsáveis pela tomada de decisões em nome de suas famílias, isso evidencia maior percepção de risco por parte das mulheres, fazendo com que elas evitem ficar mais expostas ao vírus.

Os planos de contingência e o distanciamento social, impossibilitaram a realização de viagens, com o intuito de conter o contágio pelo vírus, assim, o próximo tópico tem a intenção de discutir aspectos relacionados ao setor de turismo.

2.2 Turismo e intenção de viajar no contexto da pandemia

Turismo é o movimento de pessoas para fora das áreas de residência do cotidiano, com uma duração não inferior a 24 horas (MATHIESON; WALL, 1982 apud GONÇALVES, 2012). Middleton (1988 p.8) “Considera que o turismo inclui qualquer atividade que envolva o movimento temporário de curto prazo de pessoas para um destino fora dos locais onde normalmente vivem e trabalham, e as suas atividades durante a estadia nesses destinos”. Segundo o Ministério do Turismo (2007), turismo é todo qualquer deslocamento de um conjunto de turistas, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, unidirecionalmente, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção”.

A expansão das atividades turísticas confirma a importância do setor, chegando a 1,5 bilhão de turistas internacionais globalmente no ano de 2019, e empregando 319 milhões de pessoas no mundo todo (OMT, 2020). Segundo o Ministério do Turismo (2021), a atividade turística gerou mais de 21,5 mil de empregos no ano de 2020, destacando o segmento de hospedagens e alimentação, evidenciando um fator significativo para o mercado econômico nacional. Contudo, a chegada da pandemia do Covid-19 afetou diretamente as viagens turísticas, atingindo 90% da população mundial e paralisando o setor em meados de 2020 (GÖSSLING, SCOTT E HALL, 2020).

Com a disseminação do vírus SARS-CoV-2 em todo o mundo, a receita global do setor de viagens e turismo, em 2020, tinha a previsão de US\$ 710 bilhões, porém foi estimada em US\$ 447,4 bilhões, tendo uma perda de 34,7% comparando o ano de 2019 (STATISTA, 2020).

Em vista disso, a indústria do turismo foi um dos primeiros setores a sentir o impacto da pandemia, em razão da natureza de suas atividades, que se concretizam na troca de bens e serviços e na locomoção de pessoas para determinados destinos (OMT, 2020). Segundo Pforr e Hosie (2008) as crises e desastres naturais não são acontecimentos novos no meio do turismo, na verdade, o setor parece estar em ameaça quase que permanente de mais uma crise,

pois sempre terá impasses em determinados lugares do mundo. Nos últimos 40 anos, o mundo vem sofrendo diversas crises sanitárias, tais como, HIV, Ebola, SARS, H1N1, entre outras, porém nenhuma dessas teve implicações globais semelhantes como a Covid-19 (GÖSSLING *et al.*, 2020).

Atualmente, em um mundo mais globalizado, com viagens a lazer e negócios, migrações e turismo, fatores que possibilitaram que o vírus circulasse de região para região de forma acelerada, contribuindo para a contaminação da população dos países, e por essa razão, os decretos governamentais fecharam as fronteiras e ordenaram distanciamento social (SHI *et al.*, 2020). No mês de abril de 2020, todos os países continham restrições de viagens relacionadas à Covid-19, para a proteção da população e pessoal, nunca na história as viagens foram controladas e limitadas dessa forma mundialmente (UNWTO, 2020).

Nesse cenário, o consumidor de turismo é também afetado por essas restrições, pois é impedido de exercer a atividade turística livremente, por causa da crise econômica, crise na saúde, fechamento de fronteiras e restrições de mobilidade social. Por essa razão, Romagosa (2020) relata que há mudanças no comportamento do consumidor de turismo tanto pela redução do poder de compra, quanto pelo receio em relação a contaminação pelo vírus.

A intenção de viajar é um processo gradativo e passa por várias etapas, e a tomada de decisão do consumidor é contra intuitiva, e frequentemente o conhecimento mais subjetivo leva a melhores escolhas (TASSIELLO; TILLOTSON, 2020). Em tempos de pandemia, a intenção de viajar está ligada com a percepção de risco percebido em relação ao contágio, o qual gera uma barreira para o turista viajar (LEE *et al.*, 2012).

Peluso e Pichierri (2021) propõem que as mulheres podem ter menor percepção de controle sobre questões externas e que impactam suas vidas, essa falta de controle aumentaria a incerteza, medo e ansiedade, o que pode tornar as mulheres mais suscetíveis a diminuir sua intenção de viajar, contudo ao final do estudo, os autores acabam não confirmando essa hipótese.

Uma pesquisa realizada em Portugal, em relação aos efeitos da pandemia nas viagens e férias da população, os autores verificaram que 59,3% dos consumidores cancelaram ou reagendaram as viagens programadas por conta dos efeitos do vírus, 76,9% alteraram o plano de férias com preocupação de infecção do vírus, condições das férias, despesas e adoção de comportamentos seguros e optaram em permanecer em suas casas ou visitar familiares próximos (BRITO-HENRIQUES; BOAVIDA-PORTUGAL; ARROBAS, 2020). Romagosa (2020, p. 691) corrobora com esse resultado afirmando que “uma das mais prováveis consequências será o foco do consumidor no turismo de proximidade [...] entendido como turismo e viagens próximas de casa”.

Com a vacinação em andamento em quase todo o mundo, alguns países estão exigindo como forma de prevenir a disseminação do vírus e para voltar o andamento do setor mesmo que lentamente, a comprovação da vacina do Covid-19. De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (2021) países como Grécia, Israel, Egito, União Europeia, entre outros adotaram essa forma de prevenir e confirmar a vacinação individual, outros países exigem o teste PCR.

Assim, no cenário de pós-pandemia o setor de turismo deverá crescer gradativamente, com a população vacinada e com medidas de precauções para possíveis crises sanitárias futuras. Galvani, Lew e Perez (2020) relatam que alguns impactos e ações poderão permanecer no pós-pandemia, como: higienização constante de ambientes; distanciamento social; viagens de menor duração; respeito pelo meio ambiente; aumento de tecnologias; entre outras ações.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Buscando atingir o objetivo proposto neste estudo de identificar a relação entre percepção de risco de contaminação e intenção de viajar durante a pandemia do Covid-19, realizou-se uma pesquisa de abordagem quantitativa e caráter descritivo.

Duarte; Lamonier e Colauto (2008 p. 256) relatam que a pesquisa quantitativa “caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta como no tratamento dos dados” e Gil (2009, p. 28) descreve que a pesquisa quantitativa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O método utilizado na pesquisa é o survey, que se caracteriza pela consulta direta das pessoas, utilizando um questionário como instrumento de pesquisa, cujo comportamento se deseja conhecer (GIL, 2009).

A técnica de coleta de dados utilizada foi o questionário, Andrade (2009) conceitua questionário como um instrumento de coleta de dados, composto por uma sequência de perguntas, que serão respondidas por escrito sem a presença do entrevistador. O questionário utilizado neste estudo foi estruturado em três blocos, sendo que o primeiro bloco ficou destinado para questões relacionadas ao perfil sociodemográfico dos respondentes, assim como características individuais relacionadas ao contexto da pandemia (contraiu o vírus; estar vacinado, entre outras). O segundo bloco, apresentou questões da escala de intenção de viajar propostas por Hsu e Huang (2012), adaptadas para o contexto da pandemia, a escala contemplou cinco itens. O último bloco, buscou avaliar a percepção de risco através da escala adaptada para o contexto da pandemia dos estudos de: Rittichainuwat e Chakraborty (2009), Tavitiyaman e Qu (2013) e Karl (2016), a escala contempla quatro itens.

A coleta de dados ocorreu através de um questionário on-line, o qual foi enviado por e-mail para a rede de contato dos pesquisadores e divulgado em diferentes grupos nas redes sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp). Antes da divulgação do questionário, desenvolveu-se um pré-teste do instrumento, com um grupo de 10 pessoas, a fim de verificar se os respondentes estavam compreendendo as questões propostas e corrigir alguma falha. Segundo Zeisel (2006), o pré-teste, se corretamente aplicado e em respondentes conscientes, pode atentar para problemas na pesquisa, nos procedimentos metodológicos e, corrigir a rota do processo de pesquisa.

Após os ajustes advindos do pré-teste, o questionário foi destinado a população de adultos do estado do Rio Grande do Sul, nos meses de novembro e dezembro de 2021 e janeiro de 2022, sendo que a amostra final contou com 542 respondentes. A amostragem mínima foi estimada em 150 respondentes, utilizando-se o critério previsto por Hair et al. (2009), ou seja o número total de variáveis do instrumento 30 multiplicado por 5.

A análise de dados ocorreu através de estatística descritiva, alpha de *cronbach*, correlação de Spearman e teste de amostras independentes. Ressalta-se que os testes não-paramétricos foram eleitos, tendo em vista que a distribuição dos dados figura como não normal, tal resultado foi advindo do teste de Kolmogorov-Smirnov.

A estatística descritiva tem por objetivo a descrição dos dados de uma amostra ou população, com auxílio de tabelas e gráficos, para melhor entendimento dos dados obtidos (FERREIRA, 2005). Para a análise da confiabilidade de consistência interna das escalas, utilizou-se o coeficiente alfa de *cronbach*. A associação entre as escalas de intenção de viajar no contexto da pandemia e percepção de risco de contágio em viagens, foi realizada pela análise de correlação de Spearman. Já o teste de amostra independentes de Mann-Whitney (Teste U), foi utilizado para identificar diferenças individuais entre grupos independentes na amostra. Assim sendo, a hipótese nula (H0) do teste prevê variâncias iguais para os dois grupos testados, neste estudo optou-se por empregar um nível de significância 5%.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 Perfil dos Respondentes

Em relação ao perfil dos respondentes da pesquisa, a maioria é do gênero feminino, (66,1%). Segundo o IBGE, no ano de 2019, as mulheres representavam 52,2% da população do Brasil (GANDRA, 2021), e no Rio Grande do Sul, 51,3% da população do Estado eram mulheres (RIO GRANDE DO SUL, 2020). Em relação a idade, a maior parte dos respondentes da pesquisa tem entre 18 e 22 anos (35,7%), em relação a região de residência, a concentração dos respondentes se deu na região de Uruguaiana (38,6%). No que tange a escolaridade, 46,1% dos respondentes possuem nível superior incompleto, sendo que, 39,8% dos respondentes são estudantes. Em 2018, segundo o IBGE, no Brasil 32,7% da população possuía nível superior incompleto (IBGE, 2019).

Quando consultados em relação a renda, 32,8% dos respondentes possui renda entre um e dois salários mínimos. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE apresentou que a renda total da população do Rio Grande do Sul caiu 3,84% em decorrência da pandemia da Covid-19 no ano de 2020, chegando a média de R\$ 2.523,00 (IBGE, 2020). Frasquilho et al. (2016) corrobora para esse dado, afirmando que o impacto na economia dos países durante uma pandemia, apresenta consequências práticas, como, a pobreza, o desemprego e a recessão da economia em geral.

Dando sequência a análise dos dados, os respondentes foram inquiridos sobre questões relacionadas a pandemia e a intenção de viajar. Em relação a pertencer a grupos de risco, a maioria dos respondentes (72,1%) não pertence ao grupo de risco, sendo que dos 20,8% que pertencem a algum grupo de risco, 17,8% são portadores de doenças crônicas, desde casos de doenças respiratórias como sinusite, asma e bronquite; até doenças mais graves como hipertensão, diabetes, doenças renais crônicas, imunossupressão, transfundidos, câncer e valvulopatia. Osório et al. (2020) relatam que, pessoas que possuem alguma doença crônica como asma, hipertensão e diabetes, e idosos acima de 60 anos, são os indivíduos mais propensos a ter complicações e morrer de Covid-19. Em relação a contaminação pelo vírus da Covid-19, apenas 27,9% da amostra deste estudo, contraiu o vírus. O estado do Rio Grande do Sul, no dia 12 de Fevereiro de 2022, atingiu 2 milhões de casos de Covid-19 desde o início da pandemia, o qual corresponde à 17,5% da população do Estado (G1, 2022). E dentre os respondentes que contraíram o vírus, a maioria (63,7%) teve sintomas leves e não ficaram hospitalizados (97,3%).

Quando questionados se perderam alguém próximo em razão da contaminação com o vírus, 61,6% responderam que não perderam familiares ou amigos próximos, provavelmente a campanha de vacinação influenciou nessa questão, pois estar vacinado aumenta a imunidade do organismo, evitando mortes e sequelas (FIOCRUZ, 2021). O próximo dado se refere a verificar se o respondente está vacinado, sendo que a maioria dos respondentes (76,2%), estão vacinados com a 2º dose da vacina, e apenas 0,7% dos respondentes não estão vacinados contra a Covid-19. No Rio Grande do Sul, no dia 25 de fevereiro de 2022, 74,5% da população está imunizada com a 2º dose da vacina (G1, 2022). Sendo que o estado do RS está em 7º lugar em relação a vacinação da sua população nos estados do Brasil, com 9.235.176 de pessoas com a primeira dose aplicada, equivalente a 81,92% da população (G1, 2022).

Os respondentes foram inqueridos se pretendem realizar viagens a turismo nos próximos meses, os resultados indicam que 51,8% dos respondentes não pretendem viajar nos próximos meses, e indicam fatores como: risco de contágio e questões financeiras, como sendo os principais impeditivos. Fuzetti et al. (2020) confirmam esse dado, relatando que as pandemias são agentes que causam a devastação de modelos sociais e econômicos de uma população, destruindo impérios, e mudando a vida das pessoas pós-pandemia. Portanto, a pandemia não afeta só a saúde das pessoas mas também suas questões financeiras. Ressalta-se ainda que, dos 48,2% respondentes que pretendem viajar, a maioria das viagens deve ocorrer dentro do país, e apenas 4,9% irão viajar para fora do Brasil, tais resultados se aproximam da

perspectiva de Beni (2020) e Duarte (2021), os quais indicam que o setor de turismo deve ser retomado gradativamente, sendo que os consumidores tendem a preferir o turismo doméstico em detrimento do turismo internacional.

4.2 Intenção de viajar no contexto da pandemia e percepção de risco de contágio em viagens

Este tópico, tem a intenção de apresentar as estatísticas descritivas e o *alpha de cronbach* das referentes a escalas: intenção de viajar no contexto da pandemia e percepção de risco de contágio em viagens.

Inicialmente, é importante ressaltar que a escala de intenção de viajar apresentou cinco itens, sendo que o índice de alpha de *cronbach* obtido neste estudo (0,904), é considerado um índice de confiabilidade muito bom (HAIR *et al.*, 2009).

Tabela 01 - Média, Moda e Desvio Padrão Intenção de viajar no contexto da pandemia

Intenção de viajar no contexto da pandemia	Média	Moda	Desvio Padrão
1. Eu pretendo viajar a turismo, nos próximos 6 meses.	3,15	5,0	1,662
2. Eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses.	2,90	1,0	1,666
3. Eu planejo visitar algum lugar turístico em específico, fora da cidade que eu moro.	3,06	5,0	1,669
4. Se eu necessito viajar a lazer no curto/médio prazo pretendo fazê-lo	3,36	5,0	1,469
5. Tenho os recursos (financeiros/psicológicos) necessários para viajar na situação atual.	3,09	3,0	1,446

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar a escala intenção de viajar no contexto da pandemia, apresentada na tabela 01, é possível perceber que os respondentes estão de certa forma divididos em relação a intenção de viajar, pois a moda visualizada na questão 1 (“eu pretendo viajar a turismo, nos próximos 6 meses), indica certa concordância entre os respondentes, tal resultado pode estar relacionado a esperança de que pelo menos daqui há 6 meses a pandemia pode estar controlada, tendo em vista que alguns países já declararam o fim da pandemia, ao flexibilizar as restrições de circulação de pessoas, especialmente em decorrência da vacinação em massa realizada a nível mundial (MIRANDA, 2022).

Enquanto que, a questão 2 (“eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses”) teve média pouco abaixo de 3,00, obtendo um valor de 2,90. Esse resultado se aproxima do questionamento anterior, apresentado no tópico perfil dos respondentes, no qual (51,8%) dos respondentes relataram que não pretendem viajar a turismo nos próximos meses. Lee et al. (2012) relatam que a intenção de viajar está relacionada a percepção de risco das pessoas, gerando barreiras para viajar, pelo medo do contágio. Shi et al. (2020), afirmam que as viagens a lazer e negócios, migrações e turismo, possibilitam que o vírus circule de região para região de forma acelerada, contribuindo para a contaminação da população dos países, por este motivo os cidadãos foram desencorajados de realizar viagens durante a pandemia.

A questão 3 (“eu planejo visitar algum lugar turístico em específico, fora da cidade que eu moro”) obteve uma média de 3,06, tal resultado assemelha-se ao estudo de Sánchez-Cañizaresde et al., (2020), indicando ainda certa insegurança em relação a visitação de destinos turísticos. Além disso, na questão 4 obteve-se a média mais elevada (3,36), assim a concentração das respostas pendeu para a alternativa 5 da escala likert (concordo totalmente).

Na pesquisa realizada na Espanha, a média dessa questão chegou bem próxima ao resultado obtido neste estudo, apresentando índice de 3,48, indicando então que se os indivíduos sentirem necessidade irão realizar viagens à lazer (SÁNCHEZ-CAÑIZARESDE *et al.*, 2020). Song, Livat, Ye (2019) relatam que os viajantes a lazer procuram um destino turístico que proporcionem o máximo de benefícios pessoais com o menor risco possível de contaminação.

No que tange a questão 5 (“tenho os recursos (financeiros/psicológicos) necessários para viajar na situação atual”), a média encontrada nesta pesquisa é de 3,09, sendo que no estudo de Sánchez-Cañizaresde *et al.* (2020) a média dos respondentes foi de 4,42. Em 2020, o PIB da Espanha, em decorrência do impacto da pandemia da Covid-19, diminuiu 11%, maior índice desde a guerra civil, país que depende grandemente do setor de turismo (PRESSE, 2021). De acordo com Alvarenga (2021) a posição do Brasil em relação a valores correntes no ano de 2021, é inferior a Espanha, que está na 13ª posição e o Brasil na 14ª posição. Portanto, esse fator pode ter influenciado nos dados dos respectivos países. Já em termos psicológicos Wang *et al.* (2020), corroboram para esse resultado, relatando que o distanciamento social pode causar implicações nos indivíduos, tais como, medo, insegurança, depressão e ansiedade.

Consequente, apresenta-se na tabela 02, as estatísticas descritivas relacionadas a escala percepção de risco de contágio em viagens. Ressalta-se ainda, que a escala apresentou quatro variáveis, sendo que o alfa de *cronbach* (0,832) figura um bom índice (HAIR *et al.*, 2009).

Tabela 02 - Média, Moda e Desvio Padrão da escala percepção de risco de contágio em viagens

Percepção de risco de contágio em viagens	Média	Moda	Desvio Padrão
1. A pandemia do Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar.	3,97	5,0	1,249
2. Dada a atual situação, eu prefiro evitar viagens para cidades maiores.	3,75	5,0	1,377
3. Dada a atual situação, eu prefiro encurtar a duração das minhas possíveis viagens.	3,51	5,0	1,454
4. Eu me sinto inseguro em viajar devido ao risco da pandemia da covid-19.	3,52	5,0	1,414

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar a escala percepção de risco de contágio em viagens, na tabela 02, observa-se que a média mais elevada (3,97), concentra-se na questão 1 (“a pandemia do Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar”), Romagosa (2020) confirma esse dado, relatando que o comportamento do turista se alterou devido a pandemia, por decorrência dos decretos de distanciamento, em que vários países fecharam fronteiras e alteraram as normas para as viagens.

Já a questão 3 (“dada a atual situação, eu prefiro encurtar a duração das minhas possíveis viagens”), obteve a média mais baixa da escala (3,51). Resultado esse que se aproxima dos achados de Sánchez-Cañizaresde *et al.* (2020), indicando que os indivíduos não tendem a diminuir os dias de viagens em razão da pandemia. Em relação a questão 2 (“dada a atual situação, eu prefiro evitar viagens para cidades maiores”), a média de 3,75, indica que conforme Romagosa (2020, p. 691) “uma das mais prováveis consequências será o foco do consumidor no turismo de proximidade [...] entendido como turismo e viagens próximas de casa”.

Quanto a questão 4 (“eu me sinto inseguro em viajar devido ao risco da pandemia da covid-19”) a média encontrada é de 3,52, ressalta-se que este resultado se aproxima dos dados encontrados na pesquisa de Brito-Henriques; Boavida-Portugal; Arrobas (2020) em que 59,3% da população cancelou ou reagendou as viagens programadas anteriormente, por causa da pandemia, e 76,9% alteraram o plano de férias com preocupação de infecção do vírus, condições das férias, despesas e adoção de comportamentos seguros e optaram em permanecer em suas casas ou visitar familiares próximos.

O próximo tópico, tem o objetivo de relacionar as escala de intenção de viajar na pandemia e a percepção de risco de contágio, identificando assim a forma de associação das variáveis.

4.3 Correlação: Intenção de viajar no contexto da pandemia x percepção de risco de contágio em viagens

Este tópico apresenta a relação da intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens, a correlação de Spearman pode ser observada no quadro 01.

Quadro 01 – Correlação entre intenção de viajar na pandemia e percepção de risco de contágio em viagens

Correlação	Percepção de Risco
Intenção de Viajar	-0,386**
	0,000

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar os dados advindos de uma estatística correlacional, valores menores que 0,4 indicam, correlações baixas (PESTANA; GAGUEIRO, 2008). Portanto, é possível constatar observando o quadro 01, que apesar de ser considerada uma correlação baixa, a mesma é significativa e negativa, então, a medida que a percepção de risco do contágio em viagens aumenta, a intenção de viajar no contexto da pandemia diminui. Tassiello e Tillotson (2020) confirmam esse dado, relatando que quanto mais informações sobre o destino das viagens e a situação como se encontra o país, menor é a intenção de viajar.

No primeiro surto da Síndrome Respiratória Aguda Grave – SARS, na China, em 2003, vários cidadãos japoneses deixaram de viajar para fora do Japão no início da epidemia por conta do vírus (COOPER, 2006). Ou seja, a população do Japão, percebendo o risco de contaminação, optou em permanecer no país para não correr maior risco de contágio. Na China, ocorreu a mesma situação, segundo Wen e Kavanaugh (2005) no início da epidemia, o vírus da SARS despertou pânico na população, diminuindo o número de viagens, por conta das emoções de medo e insegurança geradas através do risco de contágio.

No estudo de Sánchez-Cañizares *et al.* (2020), os resultados sobre o risco percebido em relação a intenção de viajar e a atitude para viajar da população na Espanha, indicaram o mesmo resultado, influenciando negativamente a tomada de decisão, ou seja, quanto maior o risco percebido, menor é a intenção e a atitude de viajar.

Outro estudo sobre a percepção de risco de contaminação da covid-19 em viagens aéreas no estado de Santa Catarina, no Brasil, confirma essas informações. Os autores Pereira *et al.* (2020), constataram que todos os índices coletados no estado, permaneceram em alta referentes a percepção de risco. Nas primeiras semanas da pandemia, os índices foram mais baixos, mas a medida que se passava os dias e o aumento de casos, essa percepção aumentava gradativamente, e com isso, a intenção de viajar diminuía.

Consequente o próximo tópico, são apresentados os grupos independentes e suas respectivas diferenças entre a intenção de viajar durante a pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens.

4.4 Teste Mann-Witney: Diferenças entre grupos independentes

Este tópico tem a finalidade de responder o último objetivo proposto do estudo, o qual busca identificar possíveis diferenças individuais na intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens. As diferenças individuais testadas foram: gênero; ter contraído o vírus; e, ter perdido alguém próximo pela doença. Assim, os sub tópicos desta seção apresentam os resultados advindos do referido teste.

4.4.1 Teste de diferença entre grupos: intenção de viajar no contexto da pandemia

Com a intenção de verificar se as características individuais: gênero, contraiu o vírus e perdeu alguém próximo em razão da contaminação pelo vírus, apresentam alguma diferença na intenção de viajar no contexto da pandemia pelos indivíduos que compõem a amostra deste estudo, empreendeu-se o teste de diferenças de amostras independentes Mann Whitney, sendo que os resultados obtidos, podem ser visualizados na tabela 03.

Tabela 03- Comparação de características individuais em relação a intenção de viajar no contexto da pandemia

Grupo de teste	U de Mann Whitney	Significância (p)	Hipótese
Gênero	25185,500	0,000	S
Contraíu o vírus	26860,500	0,103	NS
Perdeu alguém próximo	33895,500	0,635	NS

S– Suporta a hipótese, através da prova estatística significativa a um nível de significância de 0,05.

NS – Não suporta a hipótese, através de prova estatística não significativa.

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022)

Sob a hipótese nula (H_0), de que a variância das medianas são iguais para ambos os grupos, é possível rejeitar H_0 dos grupos: contraiu o vírus e perdeu alguém próximo. Desse modo, aceita-se H_0 apenas para o grupo de teste gênero, ou seja, apenas a característica individual gênero, não apresenta diferentes percepções dos respondentes em relação a intenção de viajar no contexto da pandemia. Tal achado se distancia dos achados de Kiefer (2020), o qual indica que os homens são mais propensos do que as mulheres a começar a viajar novamente.

Ressalta-se que foi visualizado diferença nas percepções dos indivíduos que contraíram o vírus e perderam alguém próximo em decorrência da contaminação pelo vírus, na intenção de viajar no contexto da pandemia. Sendo que, na análise dos postos médios de Mann Whitney, verificou-se que os indivíduos que contraíram o vírus (posto médio= 264,70), apresentam menor intenção de viajar do que os indivíduos que não contraíram o vírus (posto médio= 289,12). Esse resultado converge com os achados de Figueira *et al.* (2020), o quais indicam que por medo de contaminação e transmissão, os consumidores tendem a evitar destinos turísticos, especialmente, onde ocorrem aglomerações, sendo assim, as pessoas que já se contaminaram parecem ser mais cautelosas em relação a realização de viagens.

A análise dos postos médios do grupo perdeu alguém em decorrência da doença, indica que indivíduos que perderam alguém próximo (posto médio= 274,02), apresentam maior intenção de viajar dos indivíduos que não perderam alguém próximo (posto médio= 267,46). Esse resultado evidencia-se como curioso, contudo uma possível explicação, refere-se ao fato de que pessoas importantes, podem residir em outras localidades, e o fato de perder alguém, pode impulsionar a intenção de viajar e reencontrar pessoas próximas, uma vez que

as recomendações de isolamento, sugeriam a evitação de viagens (Sánchez-Cañizaresde et al, 2020).

Consequente, o próximo tópico apresenta os resultados do teste em relação a escala percepção de risco de contágio em viagens.

4.4.2 Teste de diferença entre grupos: percepção de risco de contágio em viagens

Na tabela 04, é possível visualizar os resultados do teste de diferenças de amostras independentes Mann Whitney da escala de percepção de risco de contágio em viagens em relação as características individuais: gênero, contraiu o vírus e perdeu alguém próximo em razão da contaminação pelo vírus.

Tabela 04- Comparação de características individuais em relação a percepção de risco de contágio em viagens

Grupo de teste	U de Mann Whitney	Significância (p)	Hipótese
Gênero	28205,500	0,006	S
Contraíu o vírus	23514,500	0,000	S
Perdeu alguém próximo	30829,000	0,026	S

S– Suporta a hipótese, através da prova estatística significativa a um nível de significância de 0,05.

NS – Não suporta a hipótese, através de prova estatística não significativa.

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022)

Tendo em vista a hipótese nula (H_0), a qual indica que a variância das medianas são iguais para os grupos de teste, assim é possível suportar a H_0 de todos grupos. Os resultados apresentados na tabela 04, indicam que a hipótese de igualdade na percepção dos respondentes a partir das características individuais, foram suportadas, ou seja, os grupos não apresentam diferentes percepções em relação a percepção de risco de contágio em viagens.

No que se refere ao gênero, não existe diferença na percepção de risco de contágios em viagens na amostra estudada, entretanto, esse resultado contrapõe os achados de Del Chiappa, Bregoli e Atzeni (2021), os autores sugerem que as mulheres apresentam maior percepção de risco, em função das responsabilidades familiares, assim, elas optam por se expor menos ao vírus do que os homens. Kiefer (2020) também corrobora indicando que os homens são menos cuidadosos com os cuidados indicados no contexto da pandemia, como o uso de máscaras e higienização das mãos.

Outra característica individual testada, foi ter contraído ou não o vírus, os resultados indicam que não existe diferença na percepção de risco do contágio em viagens por indivíduos que não contraíram o vírus e dos que já contraíram o vírus. Uma vez que grande parte da amostra deste estudo não contraiu o vírus, acredita-se que este resultado se dá em função dessa característica ou ainda, segundo Costa (2020), uma possível explicação para este achado, pode ser justamente em função do quadro clínico estável de sintomas leves, apresentado pela maioria dos respondentes.

A última característica individual testada, diz respeito a perda (falecimento) de alguém próximo, em decorrência da contaminação pelo vírus. Assim, é possível supor que não existem diferenças nas percepções de risco de contágio do vírus em viagens por indivíduos que perderam alguém próximo e pelos que não perderam ninguém próximo em decorrência da contaminação pelo vírus. Segundo Fuchs (2018), o luto é um processo complexo que se manifesta de diversas maneiras. Ademais, em função das características específicas de contágio do vírus Covid-19, a dificuldade de realizar rituais de despedida e funerais entre as pessoas e seus familiares, podem dificultar a experiência do luto (CREPALDI *et al.*, 2020).

Ao finalizar a análise dos dados, a seguir apresenta-se as considerações finais do presente estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar este estudo que versou sobre a intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens, é possível afirmar que os objetivos anteriormente propostos, foram alcançados. Sendo que, a pesquisa contribuiu com acervo emergente de investigações sobre as consequências da pandemia no setor do turismo.

No que tange ao perfil dos respondentes, identificou-se que a maioria dos é do gênero feminino, a faixa entre 18 a 22 anos, residentes na região de Uruguaiana/RS. No que se refere a dados pessoais relacionados a pandemia, apenas 20,8% pertencem ao grupo de risco, a maioria não contraiu o vírus, dado esse que pode ser explicado através do grande índice de respondentes vacinados com as duas doses da vacina contra a Covid-19.

Em relação ao segundo objetivo específico, que buscou analisar a intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens. Foi possível perceber que os respondentes deste estudo, evidenciam certa incerteza em relação a intenção de realizar viagens no cenário pandêmico. Ademais, no que tange a percepção de risco, tendo em vista as médias obtidas na análise estatística da escala, pode se observar tendência a concordância que realizar viagens neste cenário, torna os indivíduos mais expostos ao vírus, ressaltando assim, maior percepção de risco de contágio. Torna-se importante ressaltar que, foi possível perceber, através dos valores elevados nos índices de desvio padrão, divergências nas opiniões dos respondentes da amostra deste estudo.

O terceiro objetivo específico, buscou identificar as diferenças na intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco e a em relação as seguintes características individuais: gênero; ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo pela doença. Sendo que os resultados encontrados, indicam que pessoas que contraíram o vírus e perderam alguém próximo em decorrência da doença, apresentam diferenças na intenção de viajar; homens e mulheres não apresentam diferenças na intenção de viajar. E, em relação a percepção de risco de contágio em viagens, os grupos se comportam de forma igual, ou seja, não apresentam diferenças.

Por fim, o objetivo geral buscou identificar a relação entre as escalas em questão, sendo possível afirmar que quanto maior a percepção de risco de contágio em viagens, menor é a intenção de viajar no contexto da pandemia.

Destarte, os resultados advindos deste estudo, apresentam implicações teóricas e gerenciais. No que diz respeito ao ponto de vista teórico, o presente estudo lança achados específicos que contribuem para o ainda escasso e emergente corpo de literatura acerca do impacto da pandemia no comportamentos dos turistas. Desse modo, este estudo se une ao fluxo de literatura ao trazer conhecimentos sobre turismo em epidemias e pandemias. Ressalta-se ainda um diferencial do estudo, ao testar as características individuais.

No que tange as implicações gerenciais, os conhecimentos aqui gerados, podem ser úteis para as organizações do setor turístico e profissionais de marketing, para auxiliar nas futuras tomadas de decisões em relação a viagens. Tendo em vista os resultados obtidos, as organizações podem buscar deixar seus clientes mais confiantes e minimizar a percepção de risco. Desse modo, algumas ações que as empresas turísticas poderão aderir são: investir em campanhas de comunicação para reduzir a incerteza associação a realização de viagens; utilizar as mídias sociais para criar anúncios e campanhas publicitárias que destaquem as ações adotadas para diminuir as chances de contaminação; elaboração de materiais de conscientização dos turistas sobre contaminação em ambientes de turismo; intensificação da higienização de ambientes; treinamento de funcionários para sanarem as dúvidas sobre as ações da empresa para o combate da transmissão do vírus, além de reforçar as informações sobre políticas de cancelamento e reembolso, podem ser ações que induzem a maior tranquilidade do viajante em relação ao destino turístico.

As limitações encontradas no decorrer do estudo ocorreram principalmente no período de coleta de dados, pois a pesquisa concentrou-se apenas no estado do Rio Grande do Sul e com pessoas maiores de idade, desse modo, os resultados deste estudo não podem ser generalizados para outras populações. Ademais, o fato deste estudo configura-se como transversal, ou seja, os resultados aqui obtidos, podem não permanecer os mesmos, especialmente após a deflagração do fim do período pandêmico. As sugestões futuras de estudos, referem-se a realizar estudos comparativos realizados em outras regiões e culturas. Ademais, torna-se importante compreender o comportamento dos turistas no cenário pós-pandemia, buscando comparações de comportamentos mantidos no período da pandemia.

REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, D. Brasil sai de lista das 10 maiores economias do mundo e cai para a 12ª posição, aponta ranking. **G1**. 03 de fev. de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/brasil-sai-de-lista-das-10-maiores-economias-do-mundo-e-cai-para-a-12a-posicao-aponta-ranking.ghtml>. Acesso em: 15/02/2022
- ANDRADE, M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: Senac, 2019.
- BRASIL. **Portaria nº 188, de 3 de fevereiro de 2020**. Declara Emergência em Saúde Pública de importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo novo Coronavírus (2019-nCoV). Diário Oficial da União. Brasília, DF, 4 fev. 2020. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=PRT&numero=188&ano=2020&data=03/02/2020&ato=9ecUTW61EMZpWT815>. Acesso em: 17/07/2021
- BRITO-HENRIQUES, E.; BOAVIDA-PORTUGAL, I.; ARROBAS, F. Covid-19 e Turismo: danos reputacionais e efeitos da pandemia nos planos de férias e viagens. **Universidade de Lisboa - Centro de Estudos Geográficos**. p. 1-16, 2020.
- CHAUHAN, V.; SHAH, H.. An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak. **Purakala UGC Care Journal**, 31(20), 2020.
- COELHO, M.; MAYER, V. Gestão de serviços pós-covid: O que se pode aprender com o setor de turismo e viagens?. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3698-3706. 2020.
- COOPER, M. Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 19(2-3), 117-131. 2006.
- CORBARI, S.; GRIMM, I. Pandemia de covid-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba (pr): uma análise preliminar. **Ateliê do Turismo**, v. 4, n. 2.(1), p. 1-26. 2020.
- CORONAVÍRUS BRASIL. **Painel Coronavírus**. 10 de agosto de 2021. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 10/08/2021.
- COSTA, M. Modelo de crença em saúde para determinantes de risco para contaminação por coronavírus. **Revista de Saúde Pública**, v. 54:47, p. 1-12, 2020.
- CREPALDI, M.; SCHMIDT, B.; NOL, D.; BOLZE, S.; GABARRA, L. Terminalidade, morte e luto na pandemia de COVID-19: demandas psicológicas emergentes e implicações práticas. **Estud. psicol.** (Campinas) 37, 2020.
- DEL CHIAPPA, G.; BREGOLI, I.; ATZENI, M. Uncovering knowledge on travel behaviour during COVID-19: a convergent parallel mixed-methods study in the context of Italy. **Italian Journal of Marketing**, v. 2021, n. 4, p. 393-419, 2021.
- FERREIRA, P. **Estatística Descritiva e Inferencial**. Universidade de Coimbra. 2005.
- FGV, FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Impacto Econômico do Covid-19 Propostas para o Turismo Brasileiro. **Fundação Getúlio Vargas**. abril de 2020. Disponível em:

https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Acesso em: 10/08/2021.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística utilizando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FIGUEIRA, L. et al. **Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: Visões Globais Partilhadas Futuro: visões**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar, 2020.

FIOCRUZ, FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Covid-19: nota técnica traz evidências sobre importância de vacinar crianças. **Fiocruz**. dezembro de 2021. Disponível em:

<https://portal.fiocruz.br/noticia/covid-19-nota-tecnica-traz-evidencias-sobre-importancia-de-vacinarcrianças#:~:text=A%20nota%20da%20Fiocruz%20mostra,para%20o%20controle%20da%20pandemia>. Acesso em: 10/02/2022.

FRASQUILHO, D.; MATOS, M. G.; SALONNA, F.; GUERREIRO, D.; STORTI, C.; C.,GASPAR, T.; CALDAS-DE-ALMEIDA, JOSÉ M. **Mental healthoutcomes in times of economic recession: a systematic literaturereview**. BMC Public Health, 16, 115, 2016.

FUCHS, T. Presence in Absence. The Ambiguous Phenomenology of Grief. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 17, 43-63, 2018.

FUZETTI, J. ; ROMANO, P.; PASCOTINI, M.; BERNUCI, M.; YAMAGUCHI, M. Análise cienciométrica sobre enfrentamento de surtos, epidemias e pandemias: Abordagens de promoção de saúde. In: CONGRESSO UNIJUÍ, 2020, **Anais...** Evento On-line: Maringá – PR, 2020.

G1. Mapa da vacinação contra Covid-19 no Brasil. **G1**. 10 de agosto de 2021. Disponível em: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/vacina/2021/mapa-brasil-vacina-covid/>. Acesso em: 10/08/2021

GALVANI, A.; LEW, A.; PEREZ, A. COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. **Journal of Tourism Space**, v. 22, p.1-11, 2020.

GANDRA, A. IBGE: mulheres somavam 52,2% da população no Brasil em 2019. **Agência Brasil**. 26 de agosto de 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-08/ibge-mulheres-somavam-522-da-populacao-no-brasil-em-2019>. Acesso em: 27/01/2022.

GLANZ, K., RIMER, B.; VISWANATH, K. **Health Behaviour and Health Education: Theory, Research, and Practice**. 4th Edition, Jossey-Bass, San Francisco, 2008.

GÖSSLING, S., SCOTT, D.; HALL, C. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, p. 1-20, 2020.

HAIR, J. F., BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 2009.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PNADC - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pesquisa/10070/64506?ano=2020>. Acesso em: 27/01/2022.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101678.pdf>. Acesso em: 02/02/2022.

KIEFER, K. Travel in a Time of Covid: men more likely to travel, women more likely to follow rules. **Berkshire Hathaway Travel Protection**. December 2020. Disponível em: <https://www.bhtp.com/blog/covid-travel-men-vs-women>. Acesso em: 23/02/2022.

KIRK, C.; RIFKIN, L. I'll Trade You Diamonds for Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in the COVID-19 Pandemic. **Journal of Business Research**, 2020.

LEE, C.; SONG, H.; BENDLE, L.; KIM, M.; HAN, H. The impact of nonpharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. **Tourism Management**, 33(1), 89-99. 2012.

MARQUES, R.; ALVES, C.; WADA, E. Turismo e Corrupção no Brasil: uma perspectiva política e econômica. **Revista Turismo em Análise – RTA**. ECA-USP, v. 31, n. 1, p. 1-18, jan./abr., 2020.

MIDDLETON, V. T. C. **Marketing in Travel and Tourism**. Oxford: Heinemann. 1988.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2007). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo gerou mais de 21,5 mil empregos em 2020**. 3 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-gerou-mais-de-21-5-mil-empregos-em-2020>. Acesso em: 5/09/2021.

MIRANDA, A. Europa está num “cessar-fogo” da Covid-19 que pode ser o fim da pandemia, diz OMS. **CNN Brasil**. 03 de fev. de 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/europa-esta-num-cessar-fogo-da-covid-19-que-pode-ser-o-fim-da-pandemia-diz-oms/>. Acesso em: 15/02/2022.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO (2008). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO (2010). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

OMS, ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Painel do Coronavírus da OMS (COVID-19)**. 2021. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 10/08/2021.

OMT - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo**. 2017. Disponível em: <https://www.bonusinsider.com/casino-tourism-destinations-and-development-centres/>. Acesso em: 5/09/2021.

OPAS, ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 17/07/2021.

OPAS, ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **OMS: 172 países e múltiplas vacinas candidatas estão envolvidos em mecanismo de acesso global à vacina para COVID-19**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/24-8-2020-oms-172-paises-e-multiplas-vacinas-candidatas-estao-envolvidos-em-mecanismo>. Acesso em: 20/08/2021.

OSÓRIO, N.; NETO, L.; BORGES, E.; VILELA, A.; VILELA, A. Neto Postiço em Tempos de Coronavírus. **Revista Observatório**, vol. 6, n. 3, 2020.

PELUSO, A.; PICHIERRI, M. Effects of socio-demographics, sense of control, and uncertainty avoidability on post-COVID-19 vacation intention. **Current Issues in Tourism**, v. 24, n. 19, p. 2755-2767, 2021.

PEREIRA, T.; GARCIA, G.; LIMBERGER, P.; ZUCCO, F.; QUADROS, C. Percepções dos Riscos de Viagens Aéreas Durante a Pandemia da Covid-19 no estado de Santa Catarina – Brasil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n. 29. 2020.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados em Ciências Sociais**. Lisboa: Ed.Sílabo, 1998.

PFORR, C.; HOSIE, P.; CRISIS, J. Management in Tourism, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 23:2-4, 249-264, 2008.

PRESSE, France. PIB da Espanha despencou 11% em 2020, maior queda desde a Guerra Civil. **G1**. 29 de jan. de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/01/29/pib-da-espanha-despencou-11percent-em-2020-maior-queda-desde-a-guerra-civil.ghtml>. Acesso em: 15/02/2022.

RIO GRANDE DO SUL. RS Novas Façanhas. **Rio Grande do Sul recebe selo internacional como destino turístico seguro**. Porto Alegre, RS. RS: Novas Façanhas, 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Saúde. **Estado decreta situação de calamidade pública e anuncia novas restrições**. Porto Alegre, RS: Secretaria da Saúde, 2020.

ROMAGOSA, F. The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. **Tourism Geographies**, 22:3, 690-694, 2020.

SÁNCHEZ-CAÑIZARESDE, S.; CABEZA-RAMÍREZ, L.; MUÑOZ-FERNÁNDEZ, G; FUENTES-GARCÍA, F. Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. **Current Issues in Tourism**. v. 24, n. 7, p. 970-984. 2020.

SBVC, SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO. **Estudo - Novos hábitos digitais em tempos de covid-19**. Disponível em: <http://sbvc.com.br/novos-habitos-digitais-em-tempos-de-covid-19/>. Acesso em: 16/08/2021.

SCHIFFMAN, L.; KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SHI, Q.; DORLING, D.; CAO, G.; LIU, T. Changes in population movement make COVID-19 spread differently from SARS. **Social Science and Medicine**, 255, 2020.

SONG, H.; LIVAT, F.; YE, S. Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism? **Journal of Destination Marketing & Management**, 14, 100385, 2019.

TASSIELLO, V.; TILLOTISON, J. How subjective knowledge influences intention to travel. **Elsevier**, v. 80, p. 1-12, 2020.

VILELA, L. Pesquisa destaca mudanças nos hábitos e expectativas do consumidor. **Consumidor Moderno**. 16 de março de 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/03/16/mudancas-habitos-do-consumidor-2021/>. Acesso em: 18/08/2021.

WANG, D., HU, B., HU, C., ZHU, F., LIU, X., ZHANG, J., ..., PENG, Z. Clinical Characteristics of 138 Hospitalized Patients With 2019 Novel Coronavirus–Infected Pneumonia in Wuhan, China. **JAMA**, v.11, p.1061-1069, 2020.

WEN, Z., HUIMIN, G.; KAVANAUGH, R. R. The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. **Current Issues in Tourism**, 8(1), 22-38. 2005.

WILDER-SMITH, A.; FREEDMAN, D. O. Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. **Journal of travel medicine**, v. 27, n.2, 020, 2020.

ZEISEL, J. **Inquiry by design: environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning**. Nova York: W. W. Norton, p. 400 2006.