



**PÉ NA ESTRADA E ÁLCOOL GEL:
UM ESTUDO SOBRE A INTENÇÃO DE VIAJAR E A PERCEPÇÃO DE RISCO DE
CONTÁGIO DA COVID-19**

**ON THE ROAD AND ALCOHOL GEL
A STUDY ON THE INTENTION TO TRAVEL AND THE PERCEPTION OF RISK OF
COVID-19 CONTAGION**

**EN EL CAMINO Y ALCOHOL GEL
UN ESTUDIO SOBRE LA INTENCIÓN DE VIAJAR Y LA PERCEPCIÓN DE RIESGO
DE CONTAGIO DE COVID-19**

 **Douglas Machado da Silva**
Graduado em Administração.

Universidade Federal do Pampa- UNIPAMPA
Santana do Livramento, Rio Grande do Sul – Brasil
machadodouglas223@gmail.com

 **Andressa Hennig Silva**
Doutora em Administração

Universidade Federal do Pampa- UNIPAMPA
Santana do Livramento, Rio Grande do Sul – Brasil
andressasilva@unipampa.edu.br

 **Mikaela Daiane Prestes Floriano**
Doutora em Administração

Universidade do Vale dos Sinos- UNISINOS
Porto Alegre, Rio Grande do Sul – Brasil
mikaelapfloriano@gmail.com

Resumo

Objetivo do estudo: Identificar a relação entre a intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contaminação pelo vírus em viagens.

Metodologia/abordagem: Foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa e de caráter descritivo, utilizando o método survey. Os dados foram coletados através de questionários on-line, totalizando uma amostra de 542 respondentes. A análise dos dados deu-se através de estatística descritiva, teste de correlação de Spearman e teste de amostras independentes Mann-Whitney.

Originalidade/Relevância: Busca abordar um fenômeno recente que afeta todos os indivíduos do planeta. A partir de buscas nas principais bases de dados, identificou-se oportunidades de pesquisa no setor de turismo, diante da pandemia da Covid-19.

Principais resultados: Os principais resultados apontam que quanto maior a percepção de risco de contaminação menor é a intenção de viajar; 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 à percepção de risco de contágio em viagens, os grupos se comportam de forma igual, ou seja, não apresentam diferenças.

Contribuições teóricas/metodológicas: Ressalta-se a escassez de estudos que explorem diferenças individuais nas reações dos turistas diante do contexto imposto pela pandemia, assim, esse estudo se propôs a contribuir testando algumas variáveis individuais em relação aos fenômenos estudados.

Palavras-chave: Pandemia. Covid-19. Intenção de viajar. Percepção de risco. Comportamento do consumidor.

Cite como

American Psychological Association (APA)

da Silva, D. M., Silva, A. H., & Floriano, M. D. P. (2024, maio/ ago.). Pé na estrada e álcool gel: um estudo sobre a intenção de viajar e a percepção de risco de contágio da Covid-19. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, 13(2), 250-276. <https://doi.org/10.5585/podium.v13i2.23760>



Abstract

Objetivo of the study: To identify the relationship between the intention to travel in the context of the pandemic and the perception of risk of contamination by the virus when traveling.

Methodology/approach: A research with a quantitative and descriptive approach was carried out, using the survey method. Data were collected through online questionnaires, totaling a sample of 542 respondents. Data analysis was performed using descriptive statistics, Spearman's correlation test, and the Mann-Whitney test for independent samples.

Originality/Relevance: Seeks to address a recent phenomenon that affects all individuals on the planet, based on searches in the main databases, research opportunities were identified in the tourism sector, in the face of the Covid-19 pandemic.

Main results: The main results indicate that the greater the perception of risk of contamination, the lower the intention to travel; people who contracted the virus and lost someone close to them as a result of the disease, show differences in their intention to travel; men and women do not show differences in the intention to travel. And, in relation to the perception of risk of contagion in travel, the groups behave the same, that is, they do not show differences.

Theoretical/methodological contributions: There is a shortage of studies that explore individual differences in tourists' reactions to the context imposed by the pandemic, so this study proposed to contribute by testing some individual variables in relation to the phenomena studied

Keywords: Pandemic. Covid-19. Intention to travel. Risk perception. Consumer behavior.

Resumen

Propósito del estudio: Identificar la relación entre la intención de viajar en el contexto de la pandemia y la percepción de riesgo de contagio por el virus al viajar.

Metodología/enfoque: Se realizó una investigación con enfoque cuantitativo y descriptivo, utilizando el método de encuesta. Los datos fueron recolectados a través de cuestionarios en línea, totalizando una muestra de 542 encuestados. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva, prueba de correlación de Spearman y prueba de Mann-Whitney para muestras independientes.

Originalidad/Relevancia: Busca abordar un fenómeno reciente que afecta a todos los individuos del planeta, con base en búsquedas en las principales bases de datos se identificaron oportunidades de investigación en el sector turístico, ante la pandemia del Covid-19.

Principales resultados: Los principales resultados indican que a mayor percepción de riesgo de contaminación, menor intención de viajar; las personas que contrajeron el virus y perdieron a algún allegado a causa de la enfermedad, muestran diferencias en su intención de viajar; hombres y mujeres no muestran diferencias en la intención de viajar. Y, en relación a la percepción de riesgo de contagio en los viajes, los grupos se comportan igual, es decir, no muestran diferencias.

Aportes teóricos/metodológicos: Se destaca la escasez de estudios que exploren las diferencias individuales en las reacciones de los turistas ante el contexto impuesto por la pandemia, por lo que este estudio se propuso contribuir probando algunas variables individuales en relación con los fenómenos estudiados.

Palabras claves: Pandemia. Covid-19. Intención de viajar. Percepción del riesgo. Comportamiento del consumidor.

1 Introdução

A pandemia da 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 depararam em situações de emergências, governantes adotaram medidas extremas para defender interesses nacionais. Cada país adotou normas preventivas para enfrentar a pandemia da Covid-19, com decretos através dos quais 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 às condições do destino turístico, riscos psicológicos relacionados à 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 à exposição ao vírus da Covid-19 (Chang, 2009; Sánchez-Cañizares *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 desse contexto, este estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a relação entre percepção de risco de contágio e intenção de viajar diante da pandemia da Covid-19?

Este estudo tem como objetivo geral identificar a relação entre a intenção de viajar no contexto da pandemia da covid-19 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 na intenção de viajar no contexto da pandemia e a percepção de risco de contágio em viagens, em relação às características individuais: gênero; ter contraído o vírus; o fato de ter perdido ou não 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 da 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 da Covid-19 na Espanha, analisando o comportamento planejado, as atitudes da população e os riscos e seguranças nas viagens. Ademais, Peluso e Pichierra (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 à 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 da 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 da 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).

Chauhan e Shah (2020) explicam que o comportamento do consumidor foi afetado pela 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, as pessoas tendem a se limitar ao básico, evitando sair de suas casas, apenas para comprar o essencial, e isso, conseqüentemente, afeta as organizações e a economia de forma generalizada.

Wang *et al.* (2020) relatam que a necessidade do distanciamento social pode trazer implicações aos 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 minimizar a transmissão do vírus covid-19, ampliou o espaço para a realização de compra *on-line*. Muitas empresas tiveram que se adaptar a este novo cenário e desenvolver estratégias de marketing para se manter no mercado, priorizando o *e-commerce* (SBVC, 2020). Pesquisa realizada pela *All in e Social Miner*, em 2020, aponta que as lojas *on-line* tiveram um aumento de 47% de novos clientes (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 precisaram 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 à suscetibilidade percebida e gravidade percebida está a percepção pessoal subjetiva do risco de contrair uma doença e a gravidade percebida pode ser analisada tanto em função do grau de perturbação emocional, quanto pelos tipos de consequências que a doença pode causar na saúde.

No estudo de Costa (2020), para identificar a percepção de risco em relação à 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 (Costa, 2020).

Del Chiappa, Bregoli e Atzeni (2021) constataram 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.

2.2.1 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 da Covid-19 afetou diretamente as viagens turísticas, atingindo 90% da população mundial e paralisando o setor em meados de 2020 (Gössling; Scott; 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 *apud* Amaral, 2021).

Em vista disso, a indústria do turismo foi um dos primeiros setores da economia 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 crises anteriormente vislumbradas, teve implicações globais tão impactantes como a Covid-19 (Gössling *et al.*, 2020).

O atual mundo globalizado, que possibilita viagens a lazer e negócios, migrações ou seja, promove a fácil mobilidade dos indivíduos, permitiu que o vírus covid-19 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 as mudanças no comportamento do consumidor de turismo tanto pela redução do poder de compra, quanto pelo receio em relação à contaminação pelo vírus.

A intenção de viajar é um processo que permeia várias etapas, sendo que 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) em seu estudo sugerem que as mulheres podem apresentar 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.

Em uma pesquisa realizada em Portugal, em relação aos efeitos da pandemia nas viagens e férias da população, os autores estimam que cerca de 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”.

Uma vez que campanhas de vacinação dos indivíduos estão 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 da 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 voltar a 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 da 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 enviado à 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, após o refinamento do banco de dados, excluindo respostas não válidas, contou-se com uma amostra de 542 respostas válidas. 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 a percepção de risco de contágio em viagens foi realizada pela análise de correlação de Spearman. Já o teste de amostras 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

Este tópico tem a intenção de atender o primeiro objetivo específico, a saber, mapear o perfil da amostra, a qual mostra os dados sociodemográfico dos respondentes na tabela 01.

Tabela 1.

Perfil Sociodemográfico dos Respondentes

Variáveis	Alternativas	Percentual (%)
Gênero	Masculino	33,9
	Feminino	66,1
Idade	Até 22 anos	35,7
	De 23 a 27 anos	29,1
	De 28 a 39 anos	5,0
	Mais de 40 anos	30,2
Região do Estado	Porto alegre	15,5
	Pelotas	19,6
	Santa Maria	11,1
	Uruguaiana	38,6
	Ijuí	3,0
	Passo Fundo	1,5
	Caxias do Sul	8,5
	Santa Cruz e Lajeado	2,2
Escolaridade	Ensino Fundamental Incompleto	1,3
	Ensino Fundamental Completo	1,8
	Ensino Médio Incompleto	2,8
	Ensino Médio Completo	21,2
	Ensino Superior Incompleto	46,1
	Ensino Superior Completo	10,7
Situação Empregatória	Pós-Graduação	16,1
	Estudante	39,8
	Trabalhador empresa privada	27,3
	Trabalhador organização pública	15,5
	Desempregado	5,4
	Profissional liberal	7,4
Renda	Aposentado (a)	4,6
	Não possui renda	23,2
	Inferior a 1 salário mínimo (R\$ 1.101,95)	15,5
	De (R\$ 1.101,95) a (R\$ 2.203,90)	32,8
	De (R\$ 2.203,90) a (R\$ 3.305,85)	12,4
	De (R\$ 3.305,85) a (R\$ 4.407,80)	6,1
Mais de (R\$ 4.407,80)	10,0	

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

Ao observar o quadro 01, é possível indicar que a maioria dos respondentes 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 à idade, a maior parte dos respondentes da pesquisa tem entre 18 e 22 anos (35,7%), em relação à região de residência, a concentração dos respondentes se deu na região de Uruguaiana (38,6%). No que tange à 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 à média de R\$ 2.523,00 (Ibge, 2020). Frasilho *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 à análise dos dados, os respondentes foram inquiridos sobre questões relacionadas a pandemia e a viagem. Os dados são apresentados na tabela 02.

Tabela 2.

Pandemia e Viagem

Variáveis	Alternativas	Percentual (%)
Grupo de risco	Não	79,2
	Sim	20,8
Tipo de grupo de risco	Idade	2,1
	Doenças crônicas	17,8
	Gestante	0,9
	Linha de frente	0,4
Contraiu Covid-19	Não	72,1
	Sim	27,9
Se contraiu, desenvolveu sintomas	Leves	63,7
	Moderados	33,6
	Graves	2,7
Ficou hospitalizado	Não	97,3
	Sim	2,7
Perdeu alguém próximo em decorrência do Covid-19	Não	61,6
	Sim	38,4
Está vacinado (a)	Não	0,7
	Sim, com dose única	1,5
	Sim, com a 1ª dose	5,5
	Sim, com a 2ª dose	76,2
	Sim, com a 3ª dose	16,1
Pretende viajar a turismo nos próximos meses	Não	51,8
	Sim	48,2
Tipo de viagem	Nacional	95,1
	Internacional	4,9
O que impede de viajar	Risco do contágio	38,0
	Questões Financeiras	34,0
	Opinião de amigos/familiares	4,8



Variáveis	Alternativas	Percentual (%)
	Risco do contágio, Questões Financeiras	17,8
	Trabalho	3,0
	Estudo	1,1
	Falta de tempo e escolha própria	3,0

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

A tabela 02 aponta que 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 à 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 a 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%) está vacinada com a 2ª 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 2ª dose da vacina (G1, 2022). Sendo que o estado do RS está em 7º lugar em relação à 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 às 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 3.

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

Ao analisar a escala intenção de viajar no contexto da pandemia, apresentada na Tabela 03, é possível perceber que os respondentes estão de certa forma divididos em relação à 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

à esperança de que pelo menos daqui a seis 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).

A 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 à 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 esse 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 à 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 nesse estudo, apresentando índice de 3,48, indicando então que se os indivíduos sentirem necessidade irão realizar viagens a lazer (Sánchez-Cañizaresde *et al.*, 2020). Song, Livat e 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 _ à 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 à da 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 à escala percepção de risco de contágio em viagens. Ressalta-se ainda que a escala apresentou quatro variáveis, sendo que o *alpha de cronbach* (0,832) figura um bom índice (Hair *et al.*, 2009).

Tabela 4 - 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 da 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 04, observa-se que a média mais elevada (3,97) concentra-se na questão 1 (“a pandemia da Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar”), Romagosa (2020) confirma esse dado, relatando que o comportamento do turista se alterou devido à 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-Cañizares *et al.* (2020), indicando que os indivíduos não tendem a diminuir os dias de viagens em razão da pandemia. Em relação à 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 à 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 esse resultado se aproxima dos dados encontrados na pesquisa de Brito-Henriques, Boavida-Portugal e 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 escalas 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 1 – 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, à 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-Cañizaresde *et al.* (2020), os resultados sobre o risco percebido em relação à intenção de viajar e à 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 à percepção de risco. Nas primeiras semanas da pandemia, os índices foram mais baixos, mas à 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 subtópicos dessa 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, contraíu 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 5.

Comparação de Características Individuais em Relação à Intenção de Viajar no Contexto da Pandemia

Grupo de teste	U de Mann Whitney	Significância (p)	Hipótese
Gênero	25185,500	0,000	NS
Contraíu o vírus	26860,500	0,103	S
Perdeu alguém próximo	33895,500	0,635	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: Elaborada pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao observar a Tabela 05, é possível identificar, através do teste de hipótese, que apenas a característica individual gênero apresenta diferentes percepções dos respondentes em relação à intenção de viajar no contexto da pandemia.

Assim, na análise dos postos médios de Mann-Whitney, verificou-se que as mulheres (posto médio=249,85) apresentam menor intenção de viajar no contexto da pandemia do que os homens (posto médio=313,62). Kiefer (2020) confirma os dados encontrados, relatando que os homens são mais propensos do que as mulheres a começar a viajar novamente.

Ressalta-se que não 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. Ou seja, ambos os grupos evidenciam certa cautela em relação à intenção de realizar viagens, tendo em vista as estatísticas descritivas apresentadas anteriormente. Esses resultados se aproximam na perspectiva de Figueira *et al.* (2020), os quais indicam que, por medo de contaminação e transmissão, os consumidores tendem a evitar destinos turísticos, especialmente onde ocorrem aglomerações.

Consequente, o próximo tópico apresenta os resultados do teste em relação à 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 06 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 às características individuais: gênero, contraiu o vírus e perdeu alguém próximo em razão da contaminação pelo vírus.

Tabela 6 - 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	NS
Contraíu o vírus	23514,500	0,000	NS
Perdeu alguém próximo	30829,000	0,026	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: Elaborada pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Os resultados apresentados na Tabela 06 indicam que a hipótese de igualdade na percepção dos respondentes a partir das características individuais não foi suportada, ou seja,

os grupos apresentam diferentes percepções em relação à percepção de risco de contágio em viagens.

No que se refere ao gênero, a análise dos postos médios de Mann-Whitney indica que as mulheres (posto médio=284,71) apresentam maior percepção de risco de contágio em viagens do que homens (posto médio=245,79). Esse resultado se aproxima dos 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. Então, a partir da análise dos postos médios de Mann-Whitney, os resultados indicam que os indivíduos que não contraíram o vírus (posto médio=286,86) apresentam maior percepção de risco de contágio em viagens do que os que já contraíram o vírus (posto médio=231,73). Tal resultado chama atenção, uma vez que os indivíduos que já se contaminaram evidenciam menor percepção de risco de contágio em viagens em relação aos que não se contaminaram. Segundo Costa (2020), uma possível explicação para esse 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 à perda (falecimento) de alguém próximo, em decorrência da contaminação pelo vírus. Assim, ao analisar os postos médios de Mann-Whitney, é possível supor que os indivíduos que perderam alguém próximo (posto médio=290,28) apresentam maior percepção de risco de contágio em viagens do que os que não perderam ninguém próximo em decorrência da contaminação pelo vírus (posto médio= 259,80). Esse resultado é compreensível em razão de que a pessoa que acaba por perder um ente querido se torna mais sensível e suscetível a ter opiniões distintas. 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 pode dificultar a experiência do luto (Crepaldi *et al.*, 2020).

Ao finalizar a análise dos dados, a seguir apresentam-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 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 à 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 à intenção de realizar viagens no cenário pandêmico. Ademais, no que tange à 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 em relação às seguintes características individuais: gênero; ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo pela doença. Sendo que os resultados encontrados indicam que homens e mulheres apresentam diferenças na intenção de viajar e na percepção de risco; pessoas que contraíram ou não o vírus e que perderam ou não familiares em decorrência da contaminação pelo vírus não apresentam diferenças na intenção de viagem. Contudo, pessoas que não contraíram o vírus tendem a perceber maior risco de contágio em viagens, assim como os respondentes que perderam familiares.

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 às 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, especialmente em relação ao gênero e ao turismo doméstico, 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 para induzir maior tranquilidade ao viajante em relação ao destino turístico são: investir em campanhas de comunicação para reduzir a incerteza da associação à realização de viagens; utilizar as mídias sociais para criar anúncios e campanhas publicitárias que destaquem as ações adotadas para diminuir as chances de contaminação; elaborar materiais de conscientização dos turistas sobre contaminação em ambientes de turismo; intensificar a higienização de ambientes; treinar 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.

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, este 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. (2021) Brasil sai de lista das 10 maiores economias do mundo e cai para a 12^a 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 fev. 2022.
- Amaral, P. (2021). **A crise do COVID-19 no turismo - O caso da Café e Viagens**. 82f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós graduação em Administração de Empresas, Rio de Janeiro, 2021.
- Andrade, M. (2009). **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas.
- Beni, M. (2019). **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: Senac.
- 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 jul. 2021
- Brito-Henriques, E.; Boavida-Portugal, I.; Arrobas, F. (2020) 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.
- Chauhan, V.; Shah, H. (2020). An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak. **Purakala UGC Care Journal**, 31(20).
- Coelho, M.; Mayer, V. (2020) 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.
- Cooper, M. (2006). Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 19(2-3), 117-13.
- Corbari, S.; Grimm, I. (2020). 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.
- Coronavírus Brasil. **Painel Coronavírus**. 10 de agosto de 2021. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 10/08/2021.
- Costa, M. (2020). Modelo de crença em saúde para determinantes de risco para contaminação por coronavírus. **Revista de Saúde Pública**, v. 54:47, p. 1-12.

- Crepaldi, M. *et al.* (2020) Terminalidade, morte e luto na pandemia de COVID-19: demandas psicológicas emergentes e implicações práticas. **Estud. psicol.** (Campinas) 37.
- Del Chiappa, g.; Bregoli, i.; Atzeni, M. (2021). 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.
- Ferreira, P. (2005). **Estatística Descritiva e Inferencial**. Universidade de Coimbra.
- Fundação Getúlio Vargas. (2021). 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 ago. 2021.
- Field, A. **Descobrimo a estatística utilizando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- Figueira, L. *et al.* (2020). **Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro**: visões globais partilhadas futuro: visões. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.
- Fundação Oswaldo Cruz. (2021). 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-vacinarcriancas#:~:text=A%20nota%20da%20Fiocruz%20mostra,para%20o%20controle%20da%20pandemia>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- Frasquilho, D. *et al.*. (2016). **Mental health outcomes in times of economic recession: a systematic literature review**. BMC Public Health, 16, 115.
- Fuchs, T. (2018). Presence in Absence. The Ambiguous Phenomenology of Grief. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 17, 43-63.
- Fuzetti, J. *et al.* (2020). Análise cienciométrica sobre enfrentamento de surtos, epidemias e pandemias: abordagens de promoção de saúde. In: CONGRESSO UNIJUÍ, 2020, **Anais...** Evento On-line: Maringá – PR.
- 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 ago. 2021
- Galvani, a.; Lew, a.; Perez, A. (2021). 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 jan. 2022.
- Glanz, K., Rimer, B.; Viswanath, K. (2008). **Health Behaviour and Health Education: Theory, Research, and Practice**. 4th Edition, Jossey-Bass, San Francisco.



Gössling, S., Scott, D.; Hall, C. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, p. 1-20.

Hair, J. F. *et al.* (2009). **Análise multivariada de dados**. Bookman editora.

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 jan. 2022.

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 fev. 2022.

Kiefer, K. (2020). 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 fev. 2022.

Kirk, C.; Rifkin, L. (2020). 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. *et al.*. (2012). The impact of nonpharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: a model of goal-directed behavior. **Tourism Management**, 33(1), 89-99.

Marques, R.; Alves, C.; Wada, E. (2020). 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.

Middleton, V. T. C. (1998). **Marketing in Travel and Tourism**. Oxford: Heinemann.

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 set. 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 set. 2021.

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 set. 2021.



- 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 set. 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 fev. 2022.
- Organização Mundial da Saúde. **Painel do Coronavírus da OMS (COVID-19)**. 2021. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 10 ago. 2021.
- 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 set. 2021.
- 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 jul. 2021.
- 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 ago. 2021.
- Osório, N. *et al.* (2020). Neto Postiço em Tempos de Coronavírus. **Revista Observatório**, vol. 6, n. 3.
- Peluso, A.; Pichierri, M. (2021). 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.
- Pereira, T. *et al.* (2020). 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.
- Pestana, M. H.; Gageiro, J. N. (1998). **Análise de dados em Ciências Sociais**. Lisboa: Ed. Sílabo.
- Pfarr, C.; Hosie, P.; Crisis, J. (2008). Management in Tourism. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 23:2-4, 249-264.
- 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 fev. 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. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. **Tourism Geographies**, 22:3, 690-694, 2020.
- Sánchez-Cañizaresde, S. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. **Current Issues in Tourism**, v. 24, n. 7, p. 970-984.
- 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 ago. 2021.
- Schiffman, L.; Kanuk, L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- Shi, Q. *et al.*(2020). Changes in population movement make COVID-19 spread differently from SARS. **Social Science and Medicine**, 255, 2020.
- Song, H.; Livat, F.; Ye, S. (2019). Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism? **Journal of Destination Marketing & Management**, 14, 100385.
- Tassiello, V.; Tillotison, J. (2020). How subjective knowledge influences intention to travel. **Elsevier**, v. 80, p. 1-12, 2020.
- Tavitiyaman, P.; Qu, H. Destination Image and Behavior Intention of Travelers to Thailand: the Moderating Effect of Perceived Risk *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 169–185, 2013.
- 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 ago. 2021.
- Wang, D. *et al.* (2020). Clinical Characteristics of 138 Hospitalized Patients With 2019 Novel Coronavirus–Infected Pneumonia in Wuhan. China. **JAMA**, v. 11, p. 1061-1069.
- Wen, Z., Huimin, G.; Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. **Current Issues in Tourism**, 8(1), 22-38.
- Wilder-Smith, A.; Freedman, D. O. (2020). 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.
- Zeisel, J. (2006). **Inquiry by design: environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning**. Nova York: W. W. Norton, p. 400.