

Pandemia de COVID-19 e turismo: o impacto da percepção de risco à saúde e da intolerância à incerteza nas intenções de viajar

COVID-19 pandemic and tourism: the impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions

Anastasiya Golets, Jéssica Farias, Ronaldo Pilati, Helena Costa

Resumo

Compreender o comportamento do turista durante e após grandes crises do setor turístico é essencial para ajudar na recuperação dos destinos. A pandemia de COVID-19 — um período de incerteza e risco — torna relevante avaliar os fatores que influenciam as intenções de viajar. Há poucas pesquisas sobre o comportamento do turista durante crises sanitárias e, em particular, sobre o risco à saúde percebido e os efeitos da incerteza sobre as intenções de viajar. Este estudo foi realizado no início da pandemia no Brasil e teve como objetivo investigar o papel da percepção de risco à saúde e da intolerância à incerteza nas intenções de viajar para os anos de 2020 e 2021. Foi aplicado um survey online a 1.150 participantes brasileiros de abril a maio de 2020. Os resultados indicam que a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade percebida de infecção e a duração esperada da pandemia são preditores significativos das intenções de viajar em ambos os anos. Este artigo contribui para uma compreensão das características dos turistas resistentes à crise e fornece ideias para a recuperação dos destinos.

Palavras-chave: COVID-19; Pandemia; Intenções de Viajar; Risco; Incerteza.

Abstract

Understanding tourist behavior during and after major tourism crises is essential to help destinations recover. The COVID-19 pandemic — a period of uncertainty and risks — makes it relevant to assess factors that influence travel intentions. There has been little research on tourist behavior during health crises and, in particular, on perceived health risk and uncertainty effects on travel intentions. This study was carried out at

the beginning of the pandemic in Brazil and aims to investigate the role of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions for 2020 and 2021. We applied an online survey to 1,150 Brazilian participants from April to May 2020. Our findings indicate that perceived COVID-19 severity, perceived probability of infection, and expected duration of the pandemic are significant predictors of travel intentions for both years. This paper contributes to a deeper understanding of crisis-resistant tourists' characteristics and provides insights for destinations' recovery.

Keywords: COVID-19; Pandemic; Travel Intentions; Health Risk Perception; Intolerance of Uncertainty.

Este capítulo é uma tradução em português do original: Golets, A., Farias, J., Pilati, R. et al. COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. Curr Psychol (2021). <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02282-6>. A subseção "Medidas" foi suprimida na versão em português, mas pode ser consultada no artigo original em inglês.

Introdução

Desde o início do século XXI, o mundo tem enfrentado vários surtos de vírus emergentes e reemergentes, como H5N1 (gripe aviária), SARS, H1N1 (gripe suína), MERS, Ebola, Zika, entre outros (Bedford et al., 2019). Em 31 de dezembro de 2019, uma doença altamente contagiosa causada pelo vírus SARS-CoV-2 (COVID-19) foi detectada na cidade de Wuhan, China. Nos primeiros 3 meses, o vírus infectou mais de 750 mil pessoas em 172 países e causou mais de 36 mil mortes, o que levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar uma pandemia (OMS, 2020). Na tentativa de conter a rápida disseminação do surto da COVID-19 e prevenir o colapso dos sistemas de saúde, os governos nacionais adotaram medidas como fechamento de escolas, restrições de viagens e quarentenas (Nicola et al., 2020).

O setor de turismo foi um dos mais afetados pela pandemia. A COVID-19 causou a pior crise enfrentada pelo turismo internacional desde a década de 1950, quando a Organização Mundial do Turismo (OMT) começou a analisar as tendências do turismo internacional (OMT, 1980). No primeiro semestre de 2020, as chegadas de turistas internacionais caíram 65% quando comparadas ao mesmo período de 2019. Na época da realização deste estudo, 100% dos destinos turísticos em todo o mundo apresentavam alguma restrição de viagens e 76% dos destinos haviam fechado suas fronteiras total ou parcialmente (OMT, 2020b, 2020c). Esse impacto já se traduziu, segundo dados de abril de 2020, em uma perda de cerca de US\$ 460 bilhões em receitas de exportação do turismo internacional, o que representa cerca de 5 vezes a perda financeira da crise econômica global de 2009. Além disso, colocou em risco entre 100 e 120 milhões de empregos diretos no turismo. De acordo com os cenários da OMT, o retorno aos níveis de chegadas de turistas de 2019 levaria de 2 a 4 anos (OMT, 2020a, 2020c).

Como na maioria dos destinos turísticos, o turismo brasileiro foi fortemente impactado pelo surto da COVID-19 (Tomé, 2020). No primeiro semestre de 2020, as receitas do país com turismo receptivo caíram 37,2%, enquanto os gastos do turismo emissor apresentaram queda de 59,4% em relação ao mesmo período de 2019. O setor perdeu 364.044 empregos formais até julho de 2020, o que correspondeu a cerca de 12% de todos os empregos formais do turismo em 2019 (CNC, 2019; MTur, 2020). A perda total da indústria de turismo brasileira foi estimada em cerca de US\$ 22 bilhões no biênio 2020–2021. Para atingir o nível pré-pandêmico, a indústria teria que crescer 17% por ano em 2022 e 2023 (FGV, 2020). Portanto, compreender as intenções de viagem dos indivíduos no contexto de pandemia — um período que envolve um grande nível de incerteza e gerenciamento de risco — é um componente crucial no desenvolvimento de estratégias de recuperação de destinos turísticos.

O efeito da incerteza sobre o turismo é pouco discutido. Estudos anteriores mostraram que os turistas de culturas com alta evitação de incerteza (EI) diferem das culturas com média evitação de incerteza quando se trata de planejamento, estilo de viagem (Money & Crofts, 2003), tomada de decisão, duração da viagem e principal fonte de informação utilizada (Litvin et al., 2004). Além disso, para culturas que evitam a incerteza de modo semelhante ou diferente, viagens têm características distintas (Crofts, 2004). No entanto, não foram identificadas pesquisas sobre a influência da intolerância à incerteza (ININ) — uma variável de diferença individual (Carleton et al., 2007) — nas intenções de viajar. Considerando que o Brasil é um país cujos habitantes se sentem desconfortáveis com a incerteza e a ambiguidade (Hofstede Insights, s.d.), uma pandemia pode ser particularmente estressante para sua população. Tendo em vista que a incerteza pode minimizar a eficácia da preparação para o futuro e contribuir para a ansiedade (Grupe & Nitschke, 2013; Tanovic, Gee, & Joormann, 2018), espera-se que a pandemia de COVID-19 cause tal efeito prejudicial nas pessoas em geral e, considerando o alto índice de evitação de incerteza, espera-se que esse efeito seja ainda mais pronunciado no Brasil.

Este estudo foi realizado no Brasil durante o primeiro bimestre da pandemia de COVID-19 e tem como objetivo analisar a influência da variável de diferença individual de intolerância à incerteza (ININ), bem como da gravidade percebida da doença, da probabilidade percebida de infecção e da duração esperada da pandemia nas intenções de viajar nos anos de 2020 e 2021. Também controlamos o efeito de algumas medidas sociodemográficas (experiência em viagens internacionais, idade, nível educacional e renda) sobre essas intenções. Este estudo lança luz sobre os processos psicológicos que fundamentam o comportamento do viajante durante crises e fornece uma compreensão mais profunda das características dos turistas resistentes à crise, o que é essencial para a recuperação pós-crise dos destinos turísticos.

Incerteza e Comportamento do Turista

Evitação da incerteza (EI) consiste em um valor cultural que expressa o grau em que os membros de uma sociedade se sentem desconfortáveis com situações incertas (Hofstede et al., 2010). Culturas com alto índice de EI se sentem ameaçadas pelo desconhecido e

pelo ambíguo, enquanto as culturas com baixo índice de evitação de incerteza estão mais dispostas a aceitar riscos (Litvin et al., 2004). Foram conduzidas algumas pesquisas em turismo e viagens para investigar a influência desta dimensão cultural no comportamento turístico. Por exemplo, descobriu-se que os japoneses, que evitam incerteza, preferem adquirir pacotes turísticos para reduzir o risco da viagem e viajar em grandes grupos de pessoas (Money & Crotts, 2003). Ao contrário, os alemães e os australianos, que apresentam baixo índice de evitação de incerteza, são propensos a se envolverem em atividades arriscadas e buscam aventuras durante a viagem (Money & Crotts, 2003; Reisinger & Mavondo, 2005). O Brasil é caracterizado como uma cultura com alta evitação de incerteza (Hofstede Insights, s.d.). Portanto, espera-se que, diante da ambiguidade ou incerteza, os brasileiros tendam a fugir de fazer escolhas para evitar desconforto.

Além do valor cultural da EI, que reflete como os membros de uma determinada sociedade lidam com a incerteza em nível coletivo, os indivíduos podem diferir no grau em que suportam respostas aversivas desencadeadas pela percepção de incerteza e falta de informação (Carleton et al., 2016). Ou seja, eles podem diferir em níveis de intolerância à incerteza (ININ), que é uma característica de diferença individual. A ININ é a tendência de considerar a possibilidade de um evento negativo ocorrer como inaceitável, independentemente de sua probabilidade de ocorrência (Carleton et al., 2007). A incerteza, por sua vez, pode ter efeitos prejudiciais sobre indivíduos, uma vez que pode minimizar a eficácia da preparação para o futuro e contribuir para a ansiedade (Grupe & Nitschke, 2013; Tanovic et al., 2018). No entanto, não existem muitos estudos na literatura do turismo que avaliem o papel da incerteza nas decisões dos viajantes (Minnaert, 2014). Algumas exceções são os relatos de que uma maior experiência em viagens resulta em diminuição do papel dos fatores de incerteza (Quintal et al., 2010) e de que os viajantes potenciais com níveis de incerteza mais baixos são mais propensos a participar de atividades de turismo “desafiadoras” (Minnaert, 2014). Considerando a relação entre ININ e evitação de respostas aversivas, é proposta a Hipótese 1:

H1. Indivíduos com alta ININ provavelmente terão intenções mais fracas de viajar nos anos de 2020 e 2021.

Turismo e Percepção de Risco

Existem vários conceitos de percepção de risco em estudos de turismo (Chen & Zhang, 2012; Liu & Gao, 2008; Reichel et al., 2007; Sönmez & Graefe, 1998a; Tsaur et al., 1997). Apesar da pequena discordância na literatura acadêmica, a percepção de risco em turismo é geralmente considerada uma perda potencial que decorre da incerteza dos resultados da atividade turística (Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez & Graefe, 1998b). Está relacionada a várias consequências do comportamento do consumidor, incluindo intenção de compra (Liu et al., 2013; Mohseni et al., 2016), intenção de (re)visitar o destino (Chew & Jahari, 2014; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Zhu & Deng, 2020), satisfação (Quintal & Polczynski, 2010; Xie et al., 2020) e fidelidade (Casidy & Wymer, 2016; Chahal & Devi, 2017). Estudos anteriores revelaram que o risco percebido de turismo pode diminuir a intenção de re(visitar) o destino em caso de desastres naturais (Chew & Jahari, 2014;

Lehto et al., 2008; Rittichainuwat et al., 2018), terrorismo (Adeloye & Brown, 2017; Floyd et al., 2004; Sönmez & Graefe, 1998b) e enfermidades (Mizrachi & Fuchs, 2016; Nazneen et al., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Novelli et al., 2018).

Notavelmente, o impacto das preocupações com a saúde no turismo tem despertado um crescente interesse acadêmico nas últimas duas décadas (Hamer & Connor Bradley, 2004; Jonas et al., 2010; Lopez-Velez & Bayas, 2007; Novelli et al., 2018; Senbeto & Hon, 2020). Entre todos os riscos percebidos relacionados ao turismo, os de saúde são alguns dos fatores que exercem a influência mais considerável sobre o comportamento do turista (Chien et al., 2017; Kozak et al., 2007; McKercher & Chon, 2004; Novelli et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b). As principais crises sanitárias, como surtos de SARS, em 2003, e de gripe aviária, em 2015, parecem impactar o comportamento do turista mais do que uma crise financeira, causando ansiedade e influenciando as intenções de viajar, independentemente do perfil dos turistas (Senbeto & Hon, 2020). Na mesma linha, estudos que abordam a pandemia de COVID-19 (Nazneen et al., 2020; Neuburger & Egger, 2020) mostraram que a percepção de risco à saúde do turista aumentou durante a pandemia, afetando negativamente as intenções de viajar dos indivíduos.

Para avaliar a percepção de risco à saúde do turista, vários autores propuseram considerar a gravidade percebida, ou seja, impactos negativos graves da doença (Brewer et al., 2007; Provost & Soto, 2002). A gravidade percebida é um indicador do modelo de crenças em saúde (HBM), usado para prever o comportamento relacionado à saúde em vários contextos (Janz & Becker, 1984; Jones et al., 2014). Nesse sentido, os indivíduos que percebem uma doença como muito grave e com complicações potenciais tomam medidas para evitar adoecer (Champion & Skinner, 2008). No contexto de viagens e turismo, a maior gravidade percebida pode também levar a comportamentos preventivos de saúde e intenções mais fracas de viajar (Brewer et al., 2007; Champion & Skinner, 2008; Das & Tiwari, 2020; Huang et al., 2020). Assim, hipotetizamos que:

H2. Os indivíduos que percebem a COVID-19 como grave terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

Além disso, a suscetibilidade percebida — a probabilidade de adquirir uma doença — é outro indicador do HBM usado por pesquisadores de turismo (Brewer et al., 2007; Das & Tiwari, 2020; Floyd et al., 2000; Huang et al., 2020; Janz & Becker, 1984; Jones et al., 2014; Neuburger & Egger, 2020). Relata-se que os indivíduos com maior suscetibilidade percebida têm uma atitude negativa em relação aos riscos e assumem comportamentos preventivos (Taymoori et al., 2014). Isso também é válido para estudos de viagens e turismo, que mostram que esses viajantes são mais propensos a se envolver em medidas de mitigação de risco e evitar riscos (Chien et al., 2017; Huang et al., 2020; Van der Plight, 1996; Zhang et al., 2018). Consequentemente, surge a Hipótese 3:

H3. Indivíduos que percebem a probabilidade de contrair a COVID-19 como alta terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

Além disso, alguns estudos mostram que a duração esperada do surto pode prever

mudanças de comportamento. No contexto do surto da gripe suína, o cronograma esperado da epidemia foi associado a vários comportamentos de evitação (Rubin et al., 2009). Quanto ao turismo, Li et al. (2020) sugeriram que a duração esperada do surto poderia prever o comportamento do turista. Quanto mais tempo se espera que o surto dure, menos fortes as intenções de viajar tendem a ser. Portanto, hipotetizamos que:

H4. Indivíduos que esperam que a pandemia de COVID-19 dure mais tempo terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

Outras Determinantes das Intenções de Viajar

Vários estudos sobre o comportamento do turista apontaram que algumas características individuais podem afetar as intenções de viajar. Variáveis como idade (Hajibaba et al., 2015; Khan et al., 2018; Neuburger & Egger, 2020), experiência em viagens (Kozak et al., 2007; Polas et al., 2019; Sönmez & Graefe, 1998a), renda (Djeri et al., 2014; Floyd et al., 2004; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b) e nível educacional (Qi et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998b) foram preditores relevantes de intenções de viajar também durante períodos de crise.

Experiência em Viagens

Estudos anteriores mostraram que turistas com maior experiência internacional tendem a ter intenções mais fortes de viajar durante os períodos de crise (Floyd et al., 2004; Pennington-Gray et al., 2011; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998b). A experiência em viagens diminui a percepção de risco do turista e, ao mesmo tempo, influencia positivamente as intenções de viajar (Kozak et al., 2007; Neuburger & Egger, 2020; Polas et al., 2019; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998a). Da mesma forma, a experiência anterior em viagens parece fornecer uma maior sensação de segurança aos turistas (Reza & Samiei, 2012) e alterar as decisões turísticas mais do que informações de fontes externas (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009). De acordo com Sönmez e Graefe (1998a), e Rittichainuwat e Chakraborty (2009), pode-se esperar que os indivíduos com mais extensa experiência em viagens internacionais tendam a ter intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

Idade

A idade foi considerada um preditor da percepção de risco do turista e das intenções de viajar (Hajibaba et al., 2015; Khan et al., 2018). Pesquisas anteriores mostraram que indivíduos mais velhos tendem a evitar visitar destinos turísticos com maiores riscos percebidos (Aschauer, 2010; March & Woodside, 2005), enquanto os mais jovens estão menos preocupados com os riscos físicos relacionados ao turismo e mostram intenções mais fortes de viajar. Os jovens turistas também são mais orientados para o curto período de tempo e propensos a visitar destinos pós-desastre (Chew & Jahari, 2014). Ao considerar esse raciocínio, faz sentido que os indivíduos mais jovens tenham intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

Renda

Níveis de renda mais altos são associados a intenções de viajar mais fortes. Estudos têm mostrado que há uma relação entre renda e intenções de viajar em períodos de risco ou não (Djeri et al., 2014; Floyd et al., 2004; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b). Em um contexto sem risco, Djeri et al. (2014) constataram que os indivíduos com maior renda passam o tempo livre de forma mais ativa do que aqueles com menor renda, o que implica viagens mais frequentes entre os primeiros. Em um contexto de risco, Floyd et al. (2004) demonstraram que, entre as variáveis sociodemográficas, a renda foi o único preditor significativo das intenções de viajar após um ato terrorista. Portanto, é concebível que os indivíduos com níveis de renda mais elevados tenham maior probabilidade de viajar durante a pandemia de COVID-19.

Nível Educacional

A preocupação do turista com a segurança diminui à medida que o nível educacional aumenta. Isso foi demonstrado por Qi et al. (2009), que argumentaram que viajantes com maior nível de escolaridade tendem a ser mais aventureiros e a viajar apesar dos possíveis riscos. Também nesse sentido, Graburn (1983) afirmou que turistas com mais anos de escolaridade estão em busca de novas experiências e têm maior probabilidade de explorá-las. Além disso, turistas com maior escolaridade mostram atitudes de viagem mais positivas em caso de possíveis riscos envolvidos (Sönmez & Graefe, 1998b). Com base nessas informações, poderia ser esperado que indivíduos com maior nível educacional tenham intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

Método

Participantes da Pesquisa

As respostas foram obtidas por meio de amostragem por conveniência. Um total de 1163 participantes respondeu a um questionário online, dos quais 13 deles foram retirados da amostra. Os respondentes foram 810 mulheres (70,43%), 331 homens (28,78%) e 9 participantes não relataram sexo (0,78%). A média de idade foi de 39,22 (DP = 12,42), variando de 18 a 80 anos e a faixa de renda mais citada (n = 354) foi de 4 a 10 salários mínimos. Nossa amostra é de alto nível educacional: 591 (51,39%) participantes são alunos de pós-graduação ou já concluíram a pós-graduação, e 387 (33,65%) indicaram ter concluído a graduação. Os participantes têm considerável experiência em viagens domésticas: 836 (72,68%) participantes fizeram 6 ou mais viagens nos últimos 5 anos. Também possuem alguma experiência internacional, pois 395 (34,34%) fizeram 6 ou mais viagens nos últimos 5 anos. Houve participantes de todos os 26 estados brasileiros e do Distrito Federal. A maioria era procedente do estado de São Paulo e Distrito Federal (28,08% e 21,04%, respectivamente). As características sociodemográficas detalhadas são ilustradas na Tabela 1.

Tabela 1

Características Sociodemográficas e Experiência em Viagens dos Participantes (n = 1,150)

		<i>n</i>	%
Gênero	Feminino	810	70.43
	Masculino	331	28.78
	Outro	9	0.78
Idade	18–25	148	12.86
	26–33	292	25.39
	34–41	293	25.47
	42–49	152	13.21
	50–57	151	13.13
	58–65	87	7.56
	Acima de 66	27	2.34
Escolaridade	Ensino médio incompleto	1	0.08
	Ensino médio completo	28	2.43
	Ensino superior incompleto	142	12.34
	Ensino superior completo	387	33.65
	Pós-Graduação	591	51.39
Renda mensal	Até 2 SM*	161	14.00
	2–4 SM	239	20.78
	4–10 SM	354	30.78
	10–20 SM	226	19.65
	Acima de 20 SM	170	14.78
Experiência em viagens nacionais nos últimos 5 anos	0 viagens	47	4.08
	1–5 viagens	267	23.21
	6–10 viagens	236	20.52
	11–20 viagens	168	14.60
	Mais de 20 viagens	432	37.56
Experiência em viagens internacionais nos últimos 5 anos	0 viagens	255	22.17
	1–5 viagens	500	43.47
	6–10 viagens	207	18.00
	11–20 viagens	116	10.08
	Mais de 20 viagens	72	6.26

Nota. SM = salários mínimos.

Procedimentos de Coleta de Análise de Dados

Os dados foram coletados de 5 de abril a 5 de maio de 2020, quando a COVID-19 já havia sido declarada uma pandemia pela Organização Mundial de Saúde. No início da coleta de dados, havia 1.133.758 casos confirmados no mundo e 9.056 no Brasil¹ (OMS, 2020). A maioria dos países europeus estava totalmente bloqueada, e outros países adotaram o bloqueio parcial ou recomendações nacionais para conter a propagação do novo coronavírus (BBC, 2020). Até 56% da população do Brasil estava seguindo ordens para ficar em casa (Inloco, 2020).

Foi realizada um survey de auto-seleção. O método de amostragem por conveniência

foi adotado para recrutar um número considerável de participantes em um curto período sem grande necessidade de recursos. O instrumento de pesquisa foi um questionário online que continha quatro seções: intenções de viajar, percepção de risco à saúde, intolerância à incerteza e medidas sociodemográficas. O questionário online facilitou o acesso à amostra durante o período de isolamento social, permitindo o alcance de grupos de interesse específicos — como viajantes — e foi rápido para divulgar e responder (Beling et al., 2011; Whitehead, 2007). Os convites para participar da pesquisa foram distribuídos em grupos de viagens por meio de uma rede social (Facebook), um aplicativo de mensagens (WhatsApp) e e-mails. O estudo seguiu as diretrizes éticas de pesquisa com seres humanos. Os dados coletados foram classificados no SPSS 22.

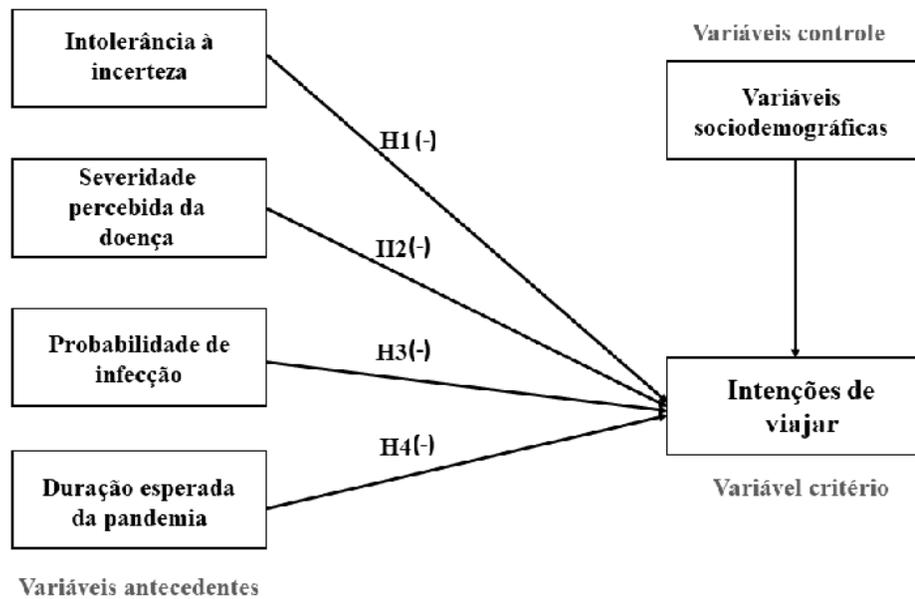
Resultados

Quando se tratou dos planos de viagem para 2020, a maioria dos participantes (70,76%, $n = 823$) afirmou que a COVID-19 afetou seus planos de viagem, enquanto 29,23% ($n = 340$) disseram que ela não os afetou. Dos que afirmaram ter planos de viagem, 749 participantes responderam sobre como a pandemia de COVID-19 os afetou. A maioria (56,32%) afirmou ter remarcado a viagem e 36,58% disseram ter cancelado. Os 7,00% restantes relataram outros tipos de alterações. Quanto a 2021, uma porcentagem ainda maior (81,94%, $n = 953$) afirmou ter planos de viagem, enquanto 18,06% ($n = 210$) não relataram nenhum. Dos que afirmaram ter planos de viagem para esse ano, 23,21% ($n = 270$) responderam que alteraram os planos. As intenções observadas para 2020 foram semelhantes às de 2021, com a maioria dos participantes (51,12%) indicando que optou por remarcar suas viagens em detrimento de cancelá-las (11,85%). Os 37,03% restantes relataram outros tipos de alterações. Esses resultados confrontaram nossas expectativas de que — por ser o Brasil um país com alta pontuação no valor cultural de evitar a incerteza — os brasileiros tenderiam a optar pelo cancelamento das viagens em vez de postergá-las.

Um modelo foi proposto para prever as intenções de viajar em 2020 e 2021 (ver Figura 1)². Para avaliar se as variáveis antecedentes em nosso modelo (ININ, gravidade percebida de COVID-19, probabilidade percebida de infecção e duração esperada da pandemia) explicam uma proporção significativa da variância da variável de critério (qualquer intenção de viagem para 2020 ou 2021) mesmo considerando os efeitos das variáveis de controle (renda mensal, idade, nível educacional, experiência em viagens internacionais), conduzimos duas regressões múltiplas *stepwise*. Ao realizar essas análises, inserimos as variáveis sociodemográficas na primeira etapa e as variáveis antecedentes na segunda etapa. Ao fazer isso, observamos que o coeficiente de determinação (R^2) melhorou significativamente. No Modelo I, aumentou de 0,01 para 0,13. No Modelo II, aumentou de 0,05 para 0,14. Avaliamos os pressupostos de normalidade e linearidade multivariada usando o SPSS 22. Por meio da observação de *box plots* e do cálculo da distância de Mahalanobis, identificamos 13 *outliers* multivariados, que foram removidos da amostra.

Figura 1

Modelo de Previsão de Intenções de Viajar



Quanto às intenções de viajar em 2020 e 2021, a Hipótese 1 foi rejeitada, enquanto as Hipóteses 2, 3 e 4 foram aceitas. Ou seja, ININ não é um preditor significativo de viagens em 2020 e 2021, ao passo que a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade percebida de infecção e a duração esperada da pandemia previram significativamente as intenções de viagem para ambos os anos.

Também conduzimos análises exploratórias de moderação usando a macro PROCESS (Hayes, 2012) para avaliar se as variáveis de controle (renda, gênero, idade, nível de educação e experiência em viagens internacionais) poderiam afetar a relação entre as variáveis antecedentes (ININ, gravidade percebida da doença, probabilidade percebida de infecção e duração esperada da pandemia) e variáveis de critério (intenções de viajar para 2020 e 2021). Quanto menor a probabilidade percebida de infecção e quanto maior a renda, mais fortes foram as intenções de viagem para 2020, $F(1146, 3) = 40,20$, $t(1146) = -2,31$, $b = -,03$, $p = 0,02$, $R^2 = 0,10$, IC 95% $[-,11, -,009]$. Além disso, a idade moderou o efeito da probabilidade de infecção nas intenções de viagem para 2020, $F(1146, 3) = 44,76$, $t(1146) = -3,75$, $b = -,009$, $p = 0,0002$, $R^2 = 0,10$, IC95% $[-,05, -,008]$, em que quanto maior a idade e menor a percepção de risco, mais fortes foram as intenções de viagem. A renda também moderou o efeito da duração percebida da pandemia nas intenções de viajar, $F(1146, 3) = 28,17$, $t(1146) = -2,74$, $b = -,03$, $p = 0,006$, $R^2 = 0,07$, 95 % CI $[-,05, -,008]$. Ou seja, quanto mais alta a renda e mais curta a duração esperada da pandemia, mais fortes foram as intenções de viajar em 2020.

Além disso, encontramos um efeito significativo da experiência em viagens internacionais na relação entre a duração esperada da pandemia e as intenções de viagem para 2020, $F(1146, 3) = 26,51$, $t(1150) = -2,06$, $b = -,02$, $p = 0,04$, $R^2 = 0,06$, IC 95% $[-,05,$

–,001]. Isso significa que ter mais experiência em viagens internacionais e esperar que a pandemia dure por um período mais curto foram indicadores significativos de mais intenção de viajar. Finalmente, constatou-se que a renda moderou o efeito da gravidade percebida da doença nas intenções de viagem em 2021, $F(1146, 3) = 27,04$, $t(1150) = -2,18$, $b = -,04$, $p = 0,03$, $R^2 = 0,07$, IC 95% [$-,08$, $-,004$], em que quanto menor a gravidade percebida de COVID-19 e maior a renda, mais fortes são as intenções de viajar. Nenhuma outra moderação significativa foi encontrada.

Discussão

Neste estudo, objetivamos avaliar as variáveis relacionadas à pandemia de COVID-19 que têm impacto nos planos de viagem. Especificamente, este estudo avaliou o efeito da incerteza, das percepções de risco à saúde (gravidade da COVID-19 e probabilidade de contraí-la) e da duração esperada do surto nas intenções de viajar dos brasileiros para os anos de 2020 e 2021. Também controlamos o efeito de variáveis individuais (experiência em viagens, idade, nível educacional e renda) sobre essas intenções.

Considerando que o Brasil tem uma alta classificação no valor cultural EI (Hofstede Insights, s.d.), espera-se que haja um grande número de indivíduos intolerantes à incerteza. Assim, esperávamos que os participantes estivessem mais propensos a cancelar suas viagens para evitar a espera no estado de incerteza. No entanto, verificamos que os brasileiros tenderam a remarcar suas viagens em tempos incertos em detrimento de cancelá-las. A teoria dos prospectos — uma teoria psicológica que afirma que os indivíduos geralmente buscam o risco ao lidar com possíveis perdas, mas são avessos ao risco ao lidar com ganhos (Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1992) — fornece uma explicação plausível para esses inesperados resultados. Segundo essa teoria, as pessoas tendem a aceitar correr mais riscos para evitar possíveis perdas do que correr riscos para obter ganhos potenciais. Embora a reprogramação de viagens geralmente seja gratuita, os cancelamentos frequentemente exigem que altas taxas sejam descontadas do valor a ser reembolsado, o que gera prejuízos para os viajantes. Portanto, os participantes podem ter optado por uma decisão mais arriscada (remarcação), além de outros motivos, para evitar o pagamento de taxas de cancelamento, bem como porque os indivíduos tendem a preferir ganhos e perdas futuros quando o presente não é certo (Hardisty & Pfeffer, 2016). Como a pandemia é incerta, os indivíduos podem ter optado por adiar suas viagens para evitar perdas imediatas representadas pelas taxas usualmente³ cobradas pelas companhias aéreas e agências de turismo.

Embora a ININ alta tenha sido positivamente associada à percepção da pandemia como mais grave e à percepção de uma maior probabilidade de infecção, não encontramos que a ININ seja um indicador significativo das intenções de viagem para 2020 e 2021, o que contradiz nossas expectativas. Portanto, parece que os níveis de ININ não afetam diretamente as intenções de viagem. Por outro lado, as variáveis de risco à saúde (gravidade percebida da doença e probabilidade de infecção) foram consideradas preditores significativos de intenções de viagem mais fracas para 2020 e 2021, o que está de acordo com pesquisas anteriores (Das & Tiwari, 2020; Huang et al., 2020; Li et

al., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Provost & Soto, 2002). Esses resultados também são consistentes com os achados de que os riscos à saúde têm um efeito significativo no comportamento do viajante (Chien et al., 2017; Kozak et al., 2007; McKercher & Chon, 2004; Neuburger & Egger, 2020; Novelli et al., 2018; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998b) e que os indivíduos que percebem maior suscetibilidade a riscos à saúde e gravidade de doenças podem se tornar mais propensos a adotar comportamentos preventivos à saúde, que incluem evitar viagens (Brewer et al., 2007; Chapman & Skinner, 2008; Huang et al., 2020; Das & Tiwari, 2020). Além de estar positivamente relacionada à gravidade percebida da COVID-19 e à probabilidade percebida de infecção em 2020 e 2021, a duração esperada da pandemia também teve um impacto negativo significativo nas intenções de viajar em ambos os anos. Esse resultado está alinhado com os relatos de que a linha do tempo esperada de uma epidemia está ligada a comportamentos de evitação (Rubin et al., 2009) e que a duração esperada do surto é um preditor notável do comportamento do turista (Li et al., 2020).

Nesta pesquisa, controlamos o impacto de características individuais nas intenções de viajar dos brasileiros. Constatamos evidências de apoio para sustentar que em tempos pós-crise de menor incerteza, representada por 2021 neste estudo — uma vez que 66,80% dos participantes acreditavam que a pandemia duraria até 6 meses, ou seja, até setembro-outubro de 2020 —, experiência em viagens e receita são indicadores significativos das intenções de viajar. Nesse sentido, encontramos que os indivíduos que têm mais experiência em viagens internacionais e esperavam que a pandemia durasse por um período mais curto, tenderam a ter intenções de viagem mais fortes em 2020. Conforme relatado por vários estudos (Floyd et al., 2004; Kozak et al., 2007; Neuburger & Egger, 2020; Polas et al., 2019; Reza & Samiei, 2012; Sönmez & Graefe, 1998b), turistas com experiência em viagens mais extensa são mais propensos a viajar em situações de risco. Isso pode ser o caso porque, conforme constatado em nossa pesquisa, possuir uma experiência em viagens mais extensa está relacionado a ter menor intolerância à incerteza, perceber a doença como menos grave e acreditar que há menor probabilidade de se infectar.

Experiência em viagens e renda apresentam uma relação forte e positiva. Verificamos que a renda afetou positivamente as intenções de viagem para 2021 e que as pessoas com renda mais alta também tenderam a ser mais intolerantes à incerteza, a perceber menor gravidade da COVID-19 e a ter uma experiência em viagens mais extensa. Além disso, encontramos um efeito de interação entre a percepção de risco e a renda, em que indivíduos com menor percepção de risco e maior renda tenderam a ter intenções de viagem mais fortes para 2020. Ademais, pessoas com renda mais alta e que percebem a pandemia por um período mais curto eram mais propensas a ter intenções de viagem mais fortes ainda em 2020. A menor gravidade percebida de COVID-19 e a renda mais alta também são responsáveis por intenções de viagem mais fortes em 2021. Todas essas descobertas estão alinhadas com os relatos de que os níveis de renda predizem decisões turísticas em contextos arriscados e sem risco (Djeri et al., 2014; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b).

Quanto ao efeito do nível educacional sobre as intenções de viagem para 2021, nossos resultados contradizem os relatos de que indivíduos com níveis educacionais mais elevados tendem a viajar mais em situações de risco (Qi et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998b). Na verdade, encontramos a tendência oposta. Além disso, a interação entre ser menos intolerante à incerteza e ter um nível de educação mais baixo indicou intenções de viagem mais fortes. A análise de correlação indicou uma relação positiva entre o nível de educação e a duração esperada da pandemia, sugerindo que indivíduos com maior escolaridade tendem a esperar que a pandemia dure mais. Supomos que isso pode ser o caso porque as pessoas mais educadas tendem a ter atitudes mais positivas em relação à ciência (Allum et al., 2008; Evans & Durant, 1995; Hayes & Tariq, 2000; Pardo & Calvo, 2004). Ao considerar as evidências científicas, esses indivíduos podem ter previsto que a pandemia ainda ocorreria em 2021 e, portanto, têm intenções mais fracas de viajar neste ano.

Não encontramos um efeito único significativo da idade como um preditor das intenções de viagem para ambos os anos. No entanto, encontramos um efeito de interação em que ter percepções sobre a COVID-19 como menos grave e ser mais velho indicou intenções de viagem mais fortes para 2020. Esses resultados estão parcialmente em linha com Neuburger e Egger (2020), que relataram que os indivíduos mais velhos com mais experiência em viagens e menor percepção de risco da COVID-19 provavelmente não evitariam viajar. No entanto, nossos achados não apoiam outros estudos anteriores que apontam que turistas mais velhos mostram uma diminuição na intenção de fazer viagens devido a um surto de doença (Das & Tiwari, 2020; Senbeto & Hon, 2020). Nossos resultados na verdade contradizem o entendimento de que turistas mais jovens são mais propensos a viajar em face de riscos em comparação com os mais velhos (Gibson & Yiannakis, 2002; Williams & Baláz, 2013). Esses resultados são inesperados, uma vez que indivíduos mais velhos correm mais risco de desenvolver sintomas mais graves de COVID-19 (Kluge, 2020). Vale ressaltar também que as análises de correlação apontaram que, além de perceberem menos riscos à saúde em 2020, os idosos tendem a ser menos intolerantes à incerteza e possuir maiores rendimentos.

Conclusão

Este é o primeiro estudo multivariado publicado que avalia as intenções de viagem dos brasileiros durante a pandemia de COVID-19. Nossos achados têm implicações para os profissionais de turismo e autoridades porque permitem traçar o perfil do viajante que pode ajudar os destinos a se recuperarem mais rapidamente. Como o Brasil está entre os 20 países com maiores gastos com turismo internacional (Banco Mundial, 2020), é importante compreender o comportamento dos turistas brasileiros durante as crises de saúde, ao passo em que se espera que a retomada do turismo seja iniciada pelo turismo doméstico, ou seja, por aquelas viagens que os brasileiros farão no próprio país (FGV, 2020). Avançamos no sentido de aprofundar a compreensão do comportamento do turista durante crises sanitárias, em particular, da pandemia de COVID-19. Dada a necessidade de mais pesquisas interdisciplinares que possam fornecer soluções práticas no contexto

da crise da COVID-19 (Wen et al., 2020), nosso estudo oferece *insights* sobre estratégias de recuperação públicas e privadas para a indústria de turismo.

Este estudo contribui para aprofundar a discussão sobre o comportamento do turista no contexto dos riscos à saúde. Nossos resultados estão de acordo com pesquisas anteriores sobre a COVID-19 realizadas em países europeus e asiáticos, mostrando que as variáveis relacionadas ao risco à saúde são fortes preditores de intenções de viajar. Isso reforça a importância de os estudiosos do turismo realizarem pesquisas interdisciplinares, especialmente com a Psicologia, para compreender os processos psicológicos que fundamentam o comportamento do viajante durante as crises sanitárias. Em nossa pesquisa, abordamos a influência de fatores já mencionados na literatura do turismo — como idade, renda, experiência em viagens, nível educacional, sobre as intenções de viajar — durante o período de pandemia. Isso poderia fornecer uma compreensão mais profunda das características dos turistas resistentes à crise. Também é importante destacar que a maioria das afirmações sobre o comportamento humano é baseada em amostras retiradas inteiramente de sociedades ocidentais, educadas, industrializadas, ricas e democráticas (WEIRD) (Henrich, Heine, & Norenzayan, 2010). No entanto, os padrões de comportamento típicos das sociedades WEIRD podem não ser encontrados em sociedades não-WEIRD. Até onde sabemos, este é o primeiro estudo a analisar as intenções de viajar durante uma crise sanitária ocorrida no Brasil em uma sociedade não-WEIRD.

O estudo revelou, ainda, que as variáveis de percepção de risco à saúde, nomeadamente a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade de contraí-la e a duração esperada da pandemia foram os fatores mais influentes nas intenções de viajar mais fracas para 2020 e 2021. Portanto, fornecemos evidências da relevância da adoção de medidas de prevenção de riscos à saúde nos destinos turísticos para aumentar as intenções de viajar. Além disso, trabalhar no sentido de se engajar em práticas de comunicação eficazes, junto com o fornecimento de informações transparentes e facilmente acessíveis, pode fazer com que os indivíduos se sintam mais seguros para viajar e os turistas mais confortáveis para retomar as atividades turísticas.

A experiência em viagens e a renda também parecem ser relevantes no período percebido pelos participantes como pós-crise (o ano de 2021). Ao considerar essas informações, a indústria de turismo é orientada a focar nos viajantes de alta renda no período pós-pandêmico, considerando a instabilidade econômica que já está afetando ou afetará grande parte da população brasileira. Indivíduos com alto nível de escolaridade, entretanto, pareciam propensos a não viajar durante a pandemia, bem como em um período pós-pandêmico recente. Outra contribuição consistiu em fornecer informações sobre como os planos reais de viagem para os anos de 2020 e 2021 foram afetados pela pandemia. Tendo esses dados em mente, é possível traçar uma imagem mais clara do impacto da COVID-19 nos planos de viagem dos indivíduos e na elaboração de estratégias de recuperação.

Agradecimentos

Os autores agradecem o apoio recebido do Ministério do Turismo do Brasil, em especial

da Rede de Inteligência de Mercado do Turismo (RIMT), e da BRAZTOA (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) na divulgação da coleta de dados da pesquisa.

Referências

- Adeloye, D., & Brown, L. (2017). Terrorism and domestic tourist risk perceptions. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 217-233. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1304399>
- Allum, N., Sturgis, P., Tabourazi, D., & Brunton-Smith, I. (2008). Science knowledge and attitudes across cultures: A meta-analysis. *Public Understanding of Science*, 17(1), 35-54. <https://doi.org/10.1080/10761460701591118>
- Aschauer, W. (2010). Perceptions of tourists at risky destinations. A model of psychological influence factors. *Tourism Review*, 65(2), 4-20. <https://doi.org/10.1108/16605371011061589>
- BBC (2020). *Coronavirus: The world in lockdown in maps and charts*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.bbc.com/news/world52103747>.
- Bedford, J., Farrar, J., Ihekweazu, C., Kang, G., Koopmans, M., & Nkengasong, J. (2019). A new twenty-first century science for effective epidemic response. *Nature*, 575(7781), 130-136. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1717-y>
- Beling, J., Libertini, L.S., Sun, Z., Masina, V.M., & Albert, N.M. (2011). Predictors for electronic survey completion in healthcare research. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 29(5), 297-301. <https://doi.org/10.1097/ncn.0b013e3182065fbb>
- Brewer, N.T., Chapman, G.B., Gibbons, F.X., Gerrard, M., McCaul, K.D., & Weinstein, N.D. (2007). Meta-analysis of the relationship between risk perception and health behavior: The example of vaccination. *Health Psychology*, 26(2), 136-145. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.26.2.136>
- Carleton, R.N., Norton, M.A.P.J., & Asmundson, G.J.G. (2007). Fearing the unknown: A short version of the intolerance of uncertainty scale. *Journal of Anxiety Disorders*, 21(1), 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2006.03.014>
- Carleton, R.N., Duranceau, S., Shulman, E.P., Zerff, M., Gonzales, J., & Mishra, S. (2016). Self-reported intolerance of uncertainty and behavioral decisions. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 51, 58-65. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2015.12.004>
- Casidy, R., & Wymer, W. (2016). A risk worth taking: Perceived risk as moderator of satisfaction, loyalty, and willingness to pay premium price. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 189-197. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.06.014>
- Chahal, H., & Devi, A. (2017). How perceived risk influences image and loyalty relationship in a tourist destination? An Indian perspective. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.1504/ijltm.2017.084618>

- Champion, V.L., & Skinner, C.S. (2008). The health belief model. *Health behavior and health education: Theory, research, and practice*, 4, 45-65.
- Chen, Y.Q., & Zhang, H. (2012). Investigation of sports tourism visitors risk perception and coping behavior. *Journal of Hebei Institute of Physical Education*, 26(3), 38-43.
- Chew, E.Y.T., & Jahari, S.A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>
- Chien, P.M., Sharifpour, M., Ritchie, B.W., & Watson, B. (2017). Travelers' health risk perceptions and preventative behavior: A psychological approach. *Journal of Travel Research*, 56(6), 744-759. <https://doi.org/10.1177/0047287516665479>
- Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo [CNC]. (2019). *O bom desempenho do emprego no turismo em outubro de 2019*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de http://www.cnc.org.br/sites/default/files/2019-12/An%C3%A1lise_Empregabilidade%20no%25%20Turismo_Outubro_2019.pdf
- Crotts, J.C. (2004). The effect of cultural distance on overseas travel behaviors. *Journal of Travel Research*, 43(1), 83-88. <https://doi.org/10.1177/0047287504265516>
- Das, S.S., & Tiwari, A.K. (2020). Understanding international and domestic travel intention of Indian travelers during COVID-19 using a Bayesian approach. *Tourism Recreation Research*, 46, 1-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1830341>
- Djeri, L., Armenski, T., Jovanović, T., & Dragin, A. (2014). How income influences the choice of tourism destination? *Acta Oeconomica*, 64(2), 219-237.
- Evans, G., & Durant, J. (1995). The relationship between knowledge and attitudes in the public understanding of science in Britain. *Public Understanding of Science*, 4(1), 57-74. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/4/1/004>
- Fundação Getúlio Vargas [FGV]. (2020). *Impacto econômico do COVID-19*. Propostas para o turismo brasileiro. Centro de Estudos em Competitividade da FGV/EBAPE. Recuperado em 10 dezembro 2021 de https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf
- Floyd, D.L., Prentice-Dunn, S., & Rogers, R.W. (2000). A meta-analysis of research on protection motivation theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(2), 407-429. <https://doi.org/10.1111/j.1559-201816.2000.tb02323.x>
- Floyd, M.F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2/3), 19-38. https://doi.org/10.1300/J073v15n02_02
- Gibson, H., & Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the adult life course. *Annals of Tourism Research*, 2, 358-383. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(01\)00037-8](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(01)00037-8)

- Graburn, N.H.H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90113-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90113-5)
- Grupe, D.W., & Nitschke, J.B. (2013). Uncertainty and anticipation in anxiety: An integrated neurobiological and psychological perspective. *Nature Reviews*, 14, 488-501. <https://doi.org/10.1038/nrn3524>
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F., & Dolnicar, S. (2015). Crisis resistant tourists. *Annals of Tourism Research*, 53, 46-60. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.04.001>
- Hamer, D.H., & Connor Bradley, A. (2004). Travel health knowledge, attitudes and practices among United States travelers. *Journal of Travel Medicine*, 11(1), 23-26. <https://doi.org/10.2310/7060.2004.%2013577>
- Hardisty, D.J., & Pfeffer, J. (2016). Intertemporal uncertainty avoidance: When the future is uncertain, people prefer the present, and when the present is uncertain, people prefer the future. *Management Science*, 63(2), 519-527. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2349>
- Hayes, A.F. (2012). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling* [white paper]. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>
- Hayes, B.C., & Tariq, V.N. (2000). Gender differences in scientific knowledge and attitudes toward science: A comparative study of four Anglo-American nations. *Public Understanding of Science*, 9(4), 433-447. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/4/306>
- Henrich, J., Heine, S.J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *The Behavioral and Brain Sciences*, 33(2-3), 61-135. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0999152X>
- Hofstede Insights. (s.d.). *Country comparison. Brazil*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.hofstede-insights.com/countrycomparison/brazil/>
- Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw Hill.
- Huang, X., Dai, S., & Xu, H. (2020). Predicting tourists' health risk preventative behavior and travelling satisfaction in Tibet: Combining the theory of planned behavior and health belief model. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100589. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100589>
- Inloco (2020). *Mapa brasileiro da COVID-19*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://mapabrasileirodacovid.inloco.com.br/pt>.
- Janz, N.K., & Becker, M.H. (1984). The health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly*, 11(1), 1-47. [https://doi.org/10.1016/0147-3286\(84\)90011-1](https://doi.org/10.1016/0147-3286(84)90011-1)
- Jonas, A., Mansfeld, Y., Paz, S., & Potasman, I. (2010). Determinants of health risk perception among low-risk-taking tourists traveling to developing countries. *Journal of*

Travel Research, 50(1), 87-99. <https://doi.org/10.1177/0047287509355323>.

Jones, C.L., Jensen, J.D., Scherr, C.L., Brown, N.R., Christy, K., & Weaver, J. (2014). The health belief model as an explanatory framework in communication research: Exploring parallel, serial, and moderated mediation. *Health Communication*, 30(6), 566-576. <https://doi.org/10.1080/10410236.2013.873363>

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). On the interpretation of intuitive probability: A reply to Jonathan Cohen. *Cognition*, 7(4), 409-411. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(79\)90024-6](https://doi.org/10.1016/0010-0277(79)90024-6)

Khan, M.J., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2018). Intention to visit India among potential travelers: Role of travel motivation, perceived travel risks, and travel constraints. *Tourism and Hospitality Research*, 19(3), 351-367. <https://doi.org/10.1177/1467358417751025>

Kluge, H.H.P. (2020). *Statement – Older people are at highest risk from COVID-19, but all must act to prevent community spread*. World Health Organization (WHO). Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid%2019/statements/statement-older-people-are-at-highest-risk-from-covid-19,-but-all-must-act-to-prevent-community-spread>

Kozak, M., Crotts, J.C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9, 233-242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>

Lehto, X., Douglas, A.C., & Park, J. (2008). Mediating the effects of natural disasters on travel intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 29-43. https://doi.org/10.1300/j073v23n02_03

Li, W., Mengdie, X., & Cheng, L. (2018). Study on Behavioral Decision making Based on Sunk Costs in Travel. *Proceedings of the 5th International Conference on Business, Economics and Management (BUSEM 2018)*. Yinchuan, China. <https://doi.org/10.2025236/busem.2018.031>

Li, J., Nguyen, T.H.H., & Coca-Stefaniak, J.A. (2020). Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviors. *Annals of Tourism Research*. In press, 86, 102964. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>

Litvin, S.W., Crotts, J.C., & Hefner, F.L. (2004). Cross-cultural tourist behavior: A replication and extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6, 29-37. <https://doi.org/10.1002/jtr.468>

Liu, J., & Gao, J. (2008). Based tourism risk perception conceptual model – A case study of Shanghai residents. *Tourism Science*, 22(5), 37-43.

Liu, M., Brock, J., Shi, G., Chu, R., & Tseng, T. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225-248. <https://doi.org/10.1108/13555851311314031>

Lopez-Velez, R., & Bayas, J.M. (2007). Spanish travelers to high-risk areas in the tropics: Airport survey of travel health knowledge, attitudes, and practices in vaccination and malaria prevention. *Journal of Travel Medicine*, 14(5), 297-305. <https://doi.org/10.1111/j.1708-%208305.2007.00142.x>.

March, R., & Woodside, A.G. (2005). Tourism behaviour: Travellers' decisions and actions. CABI. McKercher, B., & Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716-719. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.11.002>

Ministério do Turismo [MTur] (2020). *Relatório de impacto da pandemia da COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/download/1175_000cfb701ec1f89133455ce5f0ed9caa.html

Minnaert, L. (2014). Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty. *Tourism Management*, 40, 282-289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.002>

Mizrachi, I., & Fuchs, G. (2016). Should we cancel? An examination of risk handling in travel social media before visiting ebola-free destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 59-65. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.01.009>

Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S., Kasim, A., & Okumus, F. (2016). Attracting tourists to travel companies' websites: The structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 616-645. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.%201200539>

Money, R.B., & Crotts, J.C. (2003). The effect of uncertainty avoidance on information search, planning, and purchases of international travel vacations. *Tourism Management*, 24(2), 191-202. [https://doi.org/%2010.1016/s0261-5177\(02](https://doi.org/%2010.1016/s0261-5177(02)

Nazneen, S., Hong, X., & Ud Din, N. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3592321>

Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behavior during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24, 1-14. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807_

Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193.

Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., & Ritchie, B.W. (2018). "no Ebola...still doomed" – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.%202018.03.006>

Organização Mundial da Saúde [OMS]. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19)*. Situation Report – 76. Recuperado em 10 dezembro 2021 de

https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situationreports/20200405-sitrep-76-covid-19.pdf?sfvrsn=6ecf0977_4

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (1980). *International Tourism in Figures 1950–1979 (English version)*. <https://doi.org/10.18111/9789284409549>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. <https://doi.org/10.18111/9789284421152>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020a). *International tourist numbers could fall 60–80% in 2020, UNWTO reports*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall60-80-in-2020>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020b). *COVID-19 related travel restrictions. A global review for tourism*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/TravelRestrictions-08-Mayo.pdf>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020c). *International tourist numbers down 65% in first half of 2020, UNWTO reports*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/news/internationaltourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>

Pardo, R., & Calvo, F. (2004). The cognitive dimension of public perceptions of science: Methodological issues. *Public Understanding of Science*, 13(3), 203-227. <https://doi.org/10.1177/0963662504045002>

Pennington-Gray, L., Schroeder, A., & Kaplanidou, K.K. (2011). Examining the influence of past travel experience, general web searching behavior and risk perception on future travel intentions. *International Journal of Safety and Security in Tourism*, 1(1), 64-92.

Polas, M.R.H., Sahidullah, M., Hossain, M.I., Karim, A.M., Prabhakaran, S., & Khan, A.M. (2019). Antecedent and consequences of risk perception on tourist decision making towards the sustainable medical tourism development in Bangladesh. *Journal of Tourism Management Research*, 6(1), 93-108. <https://doi.org/10.2018488/journal.31.2019.61.93.108>

Provost, S., & Soto, J.C. (2002). Perception and knowledge about some infectious diseases among travelers from Québec, Canada. *Journal of Travel Medicine*, 9(4), 184-189. <https://doi.org/10.2310/7060.202002.24550>

Qi, C.X., Gibson, H.J., & Zhang, J.J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 43-67. <https://doi.org/10.1080/14775080902847439>

Quintal, V., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4), 554-578. <https://doi.org/10.1108/13555851011090565v>

Quintal, V.A., Lee, J.A., & Soutar, G.N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned

behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797-805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.006>

Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212-225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>

Reza, J.M., & Samiei, N. (2012). Perceived risks in travelling to the Islamic Republic of Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 175-189. <https://doi.org/10.1108/17590831211232573>

Rittichainuwat, B.N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>

Rittichainuwat, B., Nelson, R., & Rahmafritia, F. (2018). Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management*, 66, 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.202017.09.013>

Roehl, W., & Fesenmaier, D. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17-26. <https://doi.org/10.1177/004728759203000403>

Rubin, G.J., Amlôt, R., Page, L., & Wessely, S. (2009). Public perceptions, anxiety, and behavior change in relation to the swine flu outbreak: Cross sectional telephone survey. *British Medical Journal*, 339, b2651. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2651>

Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived Risk and the Non Institutionalized Tourist Role: The Case of Israeli Student ExBackpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217-226. <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>

Senbeto, D.L., & Hon, A.H. (2020). The impacts of social and economic crises on tourist behavior and expenditure: An evolutionary approach. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 740-755. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1546674>

Sönmez, S., & Graefe, A. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>

Sönmez, S.F., & Graefe, A.R. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)

Tanovic, E., Gee, D.G., & Joormann, J. (2018). Intolerance of uncertainty: Neural and psychophysiological correlates of the perception of uncertainty as threatening. *Clinical Psychology Review*, 60, 87-99. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2018.01.001>

Taymoori, P., Molina, Y., & Roshani, D. (2014). Effects of a randomized controlled trial to

increase repeat mammography screening in Iranian women. *Cancer Nursing*, 38(4), 288-296. <https://doi.org/10.1097/ncc.0000000000000185>

The World Bank. (2020). *International tourism, expenditures (current US\$)*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?end=2018&most_recent_value_desc=false&start=2018&view=map&year=2017

Tomé, L.M. (2020). *Setor de turismo: impactos da pandemia*. Caderno Setorial ETENE, 124, agosto. Recuperado em 10 dezembro 2021 de https://www.bnb.gov.br/documents/80223/7600112/2020_CDS_122_turismo.pdf/748e1bcd-8bf3-18d5-aaf0-f11cda0e3052

Tsaur, S., Tzeng, G., & Wang, K. (1997). Evaluating tourist risks from fuzzy perspectives. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 796–812. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00059-5](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00059-5)([https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00059-5](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00059-5))

Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, 297-323. <https://doi.org/10.1007/BF00122574>

Van der Pligt, J. (1996). Risk Perception and Self-Protective Behavior. *European Psychologist*, 1(1), 34-43. <https://doi.org/10.1027/1016-9040.1.1.34>

Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: The importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 46, 1-4. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>

Whitehead, L.C. (2007). Methodological and ethical issues in internet mediated research in the field of health: An integrated review of the literature. *Social Science & Medicine*, 65(4), 782-791. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2007.03.005>

Williams, A.M., & Baláž, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, 35, 209-221. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.07.006>

Xie, C., Huang, Q., Lin, Z., & Chen, Y. (2020). Destination risk perception, image and satisfaction: The moderating effects of public opinion climate of risk. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.03.007>

Zhang, H., Li, L., Yang, Y., & Zhang, J. (2018). Why do domestic tourists choose to consume local food? The differential and nonmonotonic moderating effects of subjective knowledge. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 68-77. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.001>

Zhu, H., & Deng, F. (2020). How to influence rural tourism intention by risk knowledge during COVID-19 containment in China: Mediating role of risk perception and attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3514. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103514>

Autores

Anastasiya Golets

Doutoranda do Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília (UnB). anastasiya.golets@gmail.com.

Jéssica Farias

Doutoranda do Departamento de Psicologia Social da Universidade de Brasília (UnB). jessicaemfarias@hotmail.com.

Ronaldo Pilati

Professor Associado do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho e do Programa de Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília (UnB). rpilati@unb.br.

Helena Costa

Professora Associada II do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB). helenacosta@unb.br.

Notas

¹ No momento de conclusão deste capítulo, em novembro de 2021, o Brasil totalizava 613.339 mortes por COVID-19, de acordo com o Ministério da Saúde. Fonte: <https://covid.saude.gov.br>

² No modelo, o sinal negativo indica uma relação negativa de predição entre as variáveis.

³ Existiram alterações das condições de cancelamento e remarcação de serviços em turismo e cultura no Brasil após a realização desta pesquisa por meio da Lei nº 14.046 de agosto de 2020, pela Medida Provisória (MP) 1.036 de 2021, e pela Lei nº 14.186 de julho de 2021, que expandiu os prazos inicialmente previstos. Para maiores detalhes, consultar: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/Lei/L14186.htm#art2 e <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/147571>