



O TURISTA BRASILEIRO NO CONTEXTO DA CRISE SANITÁRIA COVID-19

Maria Aparecida Pontes da Fonseca  

Professora Dra. na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus
Natal
Contato: mpontesfonseca@gmail.com

Amilton Luiz Novaes  

Professor Dr. na Universidade Federal da Grande Dourados
Contato: amiltonnovaes@ufgd.edu.br

Carolina Todesco  

Professora Dra. na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus
Currais Novos
Contato: caroltodesco@gmail.com

Mara Aline Ribeiro  

Professora Dra. na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus
Campo Grande
Contato: mara_aline@yahoo.com.br

Isabela de Fátima Fogaça  

Professora Dra. na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Campus
Nova Iguaçu
Contato: fogaca.isabela@gmail.com

Antonio Carlos Campos  

Professor Dr. na Universidade Federal de Sergipe, Campus Aracaju
Contato: antonio68@gmail.com

Como citar: FONSECA, M. A. P.; NOVAES, A. L.;
TODESCO, C.; RIBEIRO, M. A.; FOGAÇA, I. F.;
CAMPOS, A. C. O turista brasileiro no contexto da crise
sanitária Covid-19. **Revista Formação (Online)**, v. 29, n.
55 - Dossiê, p. 03-27, 2022.

Recebido: 09/08/2021

Aceito: 30/12/2021

Data de publicação: 20/05/2022

Resumo

No contexto de uma grave crise sanitária decorrente da pandemia da covid-19 e ainda sem iniciar a vacinação da população, constatou-se a retomada do fluxo de turismo doméstico no Brasil, a partir de setembro de 2020. Compreender a necessidade de as pessoas viajarem em uma conjuntura tão adversa motivou a realização dessa pesquisa, tendo como objetivo contribuir para a compreensão da dinâmica do turismo diante da crise sanitária, gerada pela pandemia da covid-19, na qual o foco de análise são os/as turistas brasileiros/as. Assim, foi elaborado e aplicado um instrumento de coleta de dados no *Google Forms*, contemplando as principais variáveis que permitissem descrever o perfil e as atitudes das pessoas que viajaram a lazer durante a pandemia da covid-19 no Brasil, no período entre abril de 2020 e fevereiro de 2021. Dentre os resultados da pesquisa, observa-se que a principal motivação que levou os respondentes a viajar foi o “desejo de descanso, lazer e entretenimento”, seguido da “necessidade/desejo de sair do ambiente doméstico”, atendendo à subjetividade de ruptura com o cotidiano, que durante uma pandemia pode ser ainda mais estressante. Verificou-se a preocupação em relação à contaminação pelo coronavírus, porém, isso não foi impeditivo à viagem dentro das normas de proteção sanitária, sobretudo ao optar pelo deslocamento em veículo particular ou alugado, a ambientes naturais ou menos urbanizados, em que aglomerações poderiam ser evitadas, na perspectiva de uma sensação de segurança, modelo que se aproxima do olhar romântico do turista, praticado por turistas com maior renda.

Palavras-chave: Pandemia. Covid-19. Turista doméstico. Brasil.

BRAZILIAN TOURISTS IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 HEALTH CRISIS

Abstract

In the context of a tragic health crisis due to the SARS-Cov-2 pandemic and yet to start vaccinating the population, it was noted that there was a domestic tourism flow resumed in Brazil as of September 2020. Understanding the need for people to travel in such an adverse environment has encouraged the realisation of this research with the aim of contributing to a better insight into tourism dynamics in the face of a health crisis caused by the covid-19 pandemic where the focus of the analysis is the Brazilian tourists. Accordingly, it was elaborated and applied a data collection tool on *Google Forms* covering the main variables to describe the profile and people attitudes who travel for leisure during the covid-19 pandemic in Brazil in the period of April 2020 to February 2021. Among the survey results, it is observed that the main motivation why respondents travelled was their "desire for rest, leisure and entertainment" seconded by the "need/desire to leave home" addressing the subjectivity of breaking with everyday life which, during a pandemic, can be even more stressful. There was a concern on coronavirus contamination but it did not prevent travel under health protection rules, particularly when choosing to travel by private or hired vehicle to natural or less urbanized environments where crowds could be avoided in a sense of security, a model close to the tourists' romantic gaze practiced by higher-income travellers.

Keywords: Pandemic. Covid-19. Domestic tourist. Brazil.

EL TURISTA BRASILEÑO EN CONTEXTO DE CRISIS SANITARIA DEL COVID-19

Resumen

En el contexto de una grave crisis sanitaria provocada por la covid-19 y aún sin iniciar la vacunación de la población, en septiembre 2020 fueron reanudadas las actividades de turismo interno en Brasil. Comprender la necesidad los viajes en esta situación tan adversa fue motivo de esta investigación, para contribuir en la comprensión de la dinámica del turismo en contexto de crisis sanitaria, siendo el foco de análisis los turistas brasileños. Fue elaborado un instrumento de recolección de datos en la plataforma *Google Forms*, que incluyó variables para conocer el perfil y las actitudes de aquellos que viajaron por ocio, entre abril de 2020 y febrero de 2021. Entre las respuestas, el principal motivo de los viajes fue el "deseo de descanso y entretenimiento", seguido de la "necesidad de salir del entorno doméstico", respondiendo a una subjetividad de ruptura con la vida cotidiana, que durante una pandemia podría tornarse más estresante. Las respuestas mostraron el temor a la posibilidad de contaminación por el virus, sin embargo, este asunto no impidió el viaje siempre y cuando siguieran las recomendaciones de protección, especialmente porque optaron por viajar en vehículo particular o alquilado, teniendo como destino entornos naturales o menos urbanizados donde se pudiera evitar la aglomeraciones,

pensando en la sensación de seguridad dentro de un modelo que se acerca a la visión romántica del turista y practicado por aquellos con mayor renta.

Palavras-chave: Pandemia. Covid-19. Turista nacional. Brasil.

INTRODUÇÃO

Nos últimos meses de 2019, foram detectados os primeiros casos de infecção pelo denominado “novo coronavírus” (SARS-Cov-2), em Wuhan, na China, que, em um curto período de tempo, alastrou-se por todos os continentes (OPAS; OMS, [s.d.]). A rapidez de propagação da doença fez com que a Organização Mundial da Saúde – OMS elevasse o estado de contaminação ao de pandemia da covid-19, em 11 de março de 2020 (OPAS; OMS, [s.d.]).

No Brasil, o Ministério da Saúde, por intermédio da Portaria 454, de 20 de março de 2020, decretou que “[...] o país se encontrava em estado de transmissão comunitária do coronavírus (covid-19)” (BRASIL, 2020), levando à interrupção de atividades não essenciais e à recomendação, por todo o país, de isolamento social, conforme a Lei nº 13.979, de 06 de fevereiro de 2020.

Em meio aos novos direcionamentos mundiais, a atividade turística, considerada uma das mais retráteis, parou imediatamente, aeronaves se mantiveram no solo, países com fronteiras “fechadas”, atrativos turísticos inacessíveis, meios de hospedagens interditados, enfim, toda a engrenagem que movimenta o turismo teve o funcionamento suspenso. Em julho de 2020, uma reportagem de Carrança (2020)¹ alertava que “com aviões no chão, hotéis operando a baixa capacidade e vendas de pacotes praticamente paradas, o setor de turismo já soma perdas de R\$ 122 bilhões de março a junho”.

O “Relatório de impacto da pandemia de covid-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil” (BRASIL, 2020) mostrou que, de janeiro a julho de 2020, o saldo entre contratações e demissões na economia do turismo foi negativo em 364.044 postos de trabalho formais, sendo que a região Sudeste foi a que mais perdeu empregos formais (com redução de -200.447), seguida pelo Sul (-67.065) e pelo Nordeste (-62.871), destacando-se as retrações nos setores de alimentação (-60%) e alojamento (-21%).

Todavia, em setembro, contrariando as estimativas de retomada do turismo no Brasil (BARBOSA et al., 2020), verificou-se a antecipação em relação às previsões para o setor. Em plena crise sanitária e ainda sem ter iniciado a vacinação, constatou-se a retomada do fluxo

¹ Documento não paginado.

turístico no país, tendo como marco referencial o feriado nacional de 7 de setembro de 2020. A rapidez deste retorno surpreendeu estudiosos da área e, até mesmo, empresários do setor, tendo em vista que o Brasil é um país onde a pandemia assumia elevados índices de casos e óbitos, comparativamente a outros países.

A força do turismo e a necessidade de viajar é um fato expressivo na pós-modernidade (URRY, 2001), logo, em plena crise pandêmica, noticiou-se, amplamente, o recente acontecimento da viagem do bilionário e fundador da Amazon, Jeff Bezos, ao espaço, juntamente com outras três pessoas, visando promover o turismo aeroespacial (Exame, 20/07/21). Sem dúvida, o turismo é um segmento econômico promissor e em expansão, e a pandemia evidenciou que, também, constitui-se uma necessidade fundamental dos indivíduos na sociedade atual.

Nesse contexto, diante das inquietações e debates promovidos no Grupo de Pesquisa “Turismo em tempos de pandemia - uma abordagem geográfica Multi e Trans-Escalar²”, o objetivo desse estudo foi contribuir para a compreensão da dinâmica do turismo diante da crise sanitária, gerada pela pandemia da covid-19, tendo como foco de análise os/as turistas brasileiros/as.

Assim, esse artigo está estruturado com a introdução, a metodologia de orientação para a coleta de dados que fundamenta a pesquisa, o aporte teórico, o qual discute a necessidade contemporânea do turismo junto à sociedade, e os resultados e discussões, no intuito de atingir o objetivo proposto pela investigação.

OS CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA EM TEMPOS DE PANDEMIA

Com o intuito de compreender a dinâmica do turismo diante da crise sanitária, foi elaborado um instrumento de coleta com as principais variáveis que permitissem descrever o perfil e as atitudes das pessoas que viajaram a lazer durante a pandemia da covid-19 no Brasil, no período entre abril de 2020 e fevereiro de 2021. A delimitação do recorte geográfico contempla o país inteiro.

Em se tratando do recorte temporal, a escolha do mês de abril de 2020 se deu em virtude do marco temporal de início da pandemia no Brasil, estabelecida pela Portaria 454, de 20 de março de 2020, do Ministério da Saúde; a opção pela abordagem sobre a realização de viagens

² Para mais informações sobre o grupo consultar: <<https://sites.google.com/view/turismo-em-tempos-de-pandemia>>.

a lazer até o mês de fevereiro de 2021 se deve ao fato da aplicação do questionário iniciar apenas em 16 de março de 2021, com encerramento em 24 de maio de 2021. Adicionalmente, foi definida, como população almejada, toda e qualquer pessoa residente no Brasil com idade igual ou superior a 18 anos, critério que se justifica por caracterizar a condição de autonomia nas decisões de viajar.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado no *Google Forms*, e antes de sua aplicação foram realizados dois pré-testes, com 30 pessoas, para validá-lo. Posteriormente, foi divulgado, por meio eletrônico nas redes sociais, aplicativos de mensagens e e-mail dos/as pesquisadores/as e, dessa forma, a amostra se caracteriza como não probabilística e não estratificada, tendo em vista que a distribuição foi aleatória. A pesquisa completa teve 4.612 questionários respondidos, sendo que neste artigo foram analisados 2.406 respondentes que realizaram uma ou mais viagens a lazer no período. Para a amostra considerada neste texto, temos um erro amostral de 2% com um nível de confiabilidade de 95%, apresentando sua distribuição da seguinte forma pelas macrorregiões: Centro-Oeste: 414; Nordeste: 651; Norte: 345; Sudeste: 823; Sul: 173.

É importante destacar que, para a elaboração do instrumento de pesquisa e investigação, primeiramente, foi realizado o levantamento bibliográfico, seguido da revisão de literatura a fim de identificar produções que versassem acerca da atividade turística, antes e durante o cenário pandêmico, bem como produções mais recentes que enfocam o impacto sob diversos âmbitos nas ciências humanas e sociais.

Nesse sentido, o formulário de coleta está dividido no seguinte grupo de questões: perfil sociodemográfico, enfocando local de residência, gênero, faixa etária, escolaridade, ocupação, renda etc.; não ter viajado a lazer, em que foram abordados fatores que influenciaram a decisão de não viajar; ter viajado por outros motivos; ter viajado a lazer, em que são destacados os fatores que influenciaram a decisão de viajar; características das viagens a lazer, ou seja, o destino e suas características, meios de transporte e de hospedagem e medidas de biossegurança; outras questões pertinentes à pesquisa e temática que trataram da importância da vacinação e enfrentamento à pandemia, por exemplo.

A partir destes procedimentos, pode-se captar o comportamento do turista a partir da leitura da sua tomada de decisão e os fatores que influenciaram a realização (ou negação) de deslocamentos no momento pandêmico.

O TURISMO COMO NECESSIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O turismo pode ser considerado como uma prática sociocultural relevante na sociedade contemporânea, cujas motivações podem ser as mais variadas possíveis. De acordo com Urry (2001), as subjetividades que envolvem a relação do turista com o fenômeno turismo e influenciam o seu olhar se relacionam com quatro aspectos centrais: a expectativa de romper com o cotidiano; a maneira de se viver (*habitus*) – que pode se relacionar com a classe/grupo social com o qual se identifica e com as formas de vivenciar a experiência turística de tal grupo; a ascensão social aspirada a partir do turismo; e, a manipulação do olhar do turista.

A expectativa de romper com o cotidiano se funda na alienação do trabalho, nos ambientes hostis, especialmente em grandes cidades, e em todo o mal-estar do ambiente urbano contemporâneo; principais motivadores para a busca da evasão da rotina, como em um ciclo de reconstituição (KRIPPENDORF, 1989), assim a viagem estaria relacionada à esfera do lazer – contraponto ao habitual, em que se busca a regeneração das forças físicas, um reencontro com a liberdade. Burns (2002, p. 121) também afirma que “o turismo oferece liberação da vida corriqueira e rotineira e às vezes (mas não sempre) esta inclui a liberação das normas sociais”. Urry (2001) traz críticas e discute as contradições nessa subjetividade, uma vez que, embora o turista busque romper com a prática do dia a dia, nos destinos turísticos, muitas vezes, prende-se a uma nova rotina de tensão e excessos vivenciados nestes destinos tomados pela empreitada da lucratividade de seus negócios.

A maneira de viver e a influência na percepção do turista é trabalhada por Urry (2001) a partir de duas perspectivas diferentes, a romântica e a coletiva. A primeira é relativa à busca do relacionamento pessoal, quase espiritual com o objeto do olhar, estando concernente à observação da paisagem, à beleza natural e à simbologia ali implícita – uma prática relacionada ao comportamento de classes mais altas durante suas viagens. A coletiva se refere à convivência em grupo, o que traz ao local visitado uma atmosfera mais divertida proporcionada pelo agrupamento de pessoas em determinado lugar – prática, de maneira geral, realizada por classes populares. Assim, de acordo com Melo (2009, p. 79), essas definições levariam a um entendimento de que

[...] as classes dominantes apresentam maior quantidade de capital econômico e cultural do que as classes dominadas, o que gera *habitus* diferentes em relação a estas posições ocupadas em decorrência desta maior ou menor posse de capitais, que, por sua vez, norteiam diferentemente as práticas culturais dos grupos.

A ascensão social, a partir do turismo, relaciona-se ao *status* que a viagem pode proporcionar às pessoas envolvidas em seu consumo, e essa condição, na contemporaneidade, não se refere unicamente ao ato de viajar, mas para onde se viaja, alimentando um mercado de destinos turísticos dominados por uma elite de viajantes que busca afirmar sua identidade de grupo social a partir do consumo da viagem a determinados destinos, e que, em um segundo momento, é imitada por classes mais populares, especialmente pelo estímulo da publicidade. Nesse sentido, a demanda turística estaria carregada de simbolismo (URRY, 2001). Isto significa, de acordo com Melo (2009, p.88), “[...] que o consumo turístico é também o consumo de imagens e de seus significados”.

Por fim, o último elemento de destaque trabalhado por Urry (2001) é a manipulação do olhar do turista por meio da publicidade, gerando necessidades universais e subjetividades, que desenvolvem desejos materializados pelo consumo. Nesse mesmo sentido, Melo (2009, p.89) observa que a criação de necessidades, gera afirmações do tipo “precisa-se viajar” ou “viajar a lazer é essencial”, e “[...] na difusão do desejo e do hábito de viajar por grande parte da população, fica claro o peso da formação de subjetividades”.

Para Melo (2009), as categorias de análise que determinam o olhar do turista definidas por Urry (2001) se inter-relacionam, muitas vezes, contraditoriamente.

Portanto, a sacralização e ritualização das viagens de férias na sociedade ocidental moderna devem ser compreendidas como fruto desta criação de subjetividades e necessidades universais, as quais correspondem à coação do prazer, à busca por status e à necessidade de viajar e de experimentar o extraordinário para posteriormente retornar ao ordinário, ao cotidiano, otimizando o funcionamento da força de trabalho no âmbito da produção (MELO, 2009, p. 90).

O autor ressalta, também, que tais subjetividades estão sujeitas ao contexto histórico aos quais estão inseridos (MELO, 2009), como nesse momento, em plena crise sanitária, em que os fluxos de viagens são retomados “quase ao seu normal”, mesmo sem a vacinação atingir o nível desejado de efetividade para o fim da contaminação.

Diante do contexto em que estamos vivendo, de pandemia de covid-19, após algum tempo de confinamento, as pessoas passam a alegar a necessidade de “espairecer”, quando se trata de prática turística por lazer, pois a mudança brusca proporcionada pelo isolamento social desencadeou uma série de fatores psicológicos (DIAS et al., 2021), que podem ter influenciado nas decisões de viajar, além da própria “adaptação” à nova condição de vida imposta pelo Sar-Cov2.

Conforme apontado por Cruz (2020)³, a retomada dos fluxos turísticos no país reflete “[...] o desejo reprimido de viajar [que], enfim, transborda como um grito de liberdade, uma válvula de escape para a ansiedade e as incertezas trazidas pelo novo coronavírus, sendo, portanto, absolutamente compreensível”.

Santos e Campos (2021, p. 157) afirmam que para essa retomada, “a tendência [...] aponta que os turistas vão procurar destinos que apresentem bons índices sociais de segurança, transparência, novas formas de regulação e gestão inteligente do espaço [...]”, o que nos leva a aproximar esse turista – ativo durante o período de pandemia, àquele do olhar romântico de Urry (2001). Santos e Campos (2021) ainda destacam, que no período de pandemia, e, especialmente, no pós-covid

[...] as lógicas de convivência entre turistas e residentes no espaço público dependem de vários fatores estruturais planejados pelos gestores dos destinos que vão desde a hospitalidade aos tipos de atividades que podem ser desenvolvidas nestes espaços garantidos. No entanto, neste planejamento deve estar previsto também a criação de selos e/ou indicadores de boas práticas que atendam às recomendações sanitárias internacionais (SANTOS e CAMPOS, 2021 p. 158).

Isso aponta para a necessidade de rever as políticas públicas que regulam a relação com o espaço turístico, de modo a garantir a confiança para poder desfrutar da experiência de viajar de modo seguro. Evidentemente, tal entendimento ressalta a importância da pesquisa junto aos sujeitos que viajaram em plena crise sanitária, contudo, dentre as diversas variáveis pesquisadas, uma das mais relevantes foi identificar os fatores que influenciaram a decisão de realizar uma viagem a lazer no período entre abril de 2020 e fevereiro de 2021, variável que esse artigo pretende ajudar a compreender.

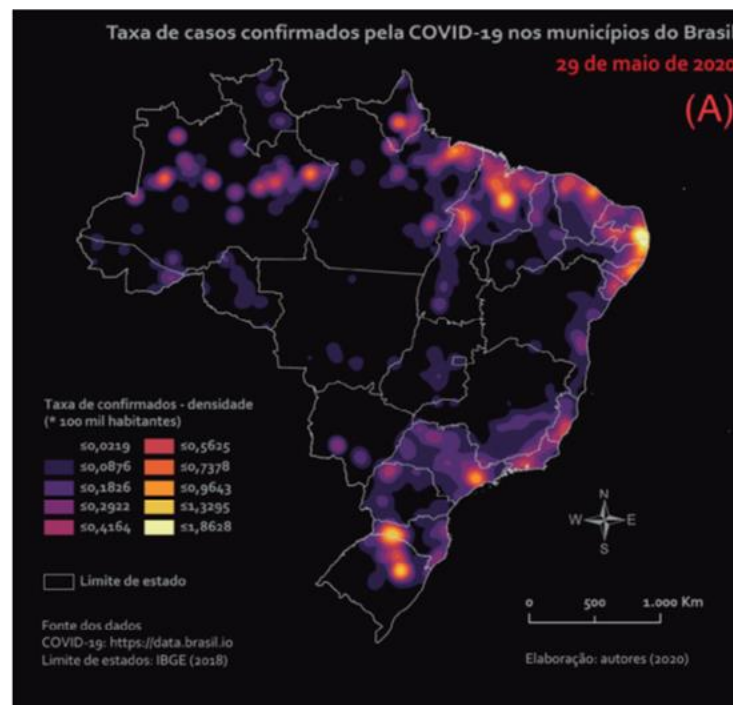
O RETRATO DO TURISMO DE LAZER NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA: QUEDA E A RETOMADA DO TURISMO INTERNO

Existe uma estreita relação entre turismo e a disseminação da covid-19 no mundo (NOTARI; TORRIERI, 2020). No Brasil, o primeiro caso da doença, amplamente noticiado, chegou por meio de um turista brasileiro procedente da Itália, e os eventos carnavalescos, em fevereiro de 2020, contribuíram para sua difusão a partir de grandes centros urbanos para o interior do país (NAGAMINE, 2020).

³ Documento eletrônico não paginado.

Estudos de Guimarães et. al. (2020) apontam uma correlação entre os eixos de circulação e a difusão espacial da covid-19 no território brasileiro, observando sua concentração nos municípios situados ao longo das principais rodovias do país (Figura 1).

Figura 1 - Difusão da covid-19 ao longo dos eixos de circulação do Brasil – maio/2020



Fonte: GUIMARÃES et. al. (2020).

Após as festas de carnaval, em fevereiro, e a declaração da OMS elevando a covid-19 ao *status* de pandemia, em março, de fato as atividades econômicas do turismo, assim como a prática social do turismo, no Brasil, foram paralisadas nos meses de abril a junho de 2020, com raras exceções. Essa constatação pode ser comprovada por meio de dados de fluxos aéreos, rodoviários e marítimos, de desemprego e de fechamento de empresas do setor e pelo teor dos decretos, sobretudo dos governos estaduais e municipais, que restringiram o uso de espaços públicos e de centros comerciais, o funcionamento de meios de hospedagem, restaurantes, a realização de eventos, dentre outros⁴.

Para exemplificar o comportamento dos fluxos aéreos diante da pandemia, o Gráfico 1 apresenta o movimento de aeronaves nos aeroportos brasileiros (linha amarela), em que se pode constatar a queda brusca no mês de abril de 2020, e durante os meses de maio e junho, que

⁴ Para mais informações consulte: CRUZ, R. C. A.; SILVA, S. A.; LARRABURE, S. P.; TODESCO, C.; SERRA, H. R. H.; GUAMBE, J. J. J. (orgs). **Turismo em tempos de Covid-19**: ensaios sobre casos na Argentina, Brasil, Moçambique e Portugal. São Paulo, SP: FFLCH/USP, 2021.

correspondem ao início da primeira “onda” de contaminação e ao ápice da média de mortes diárias pela referida doença no país (mancha em azul claro).

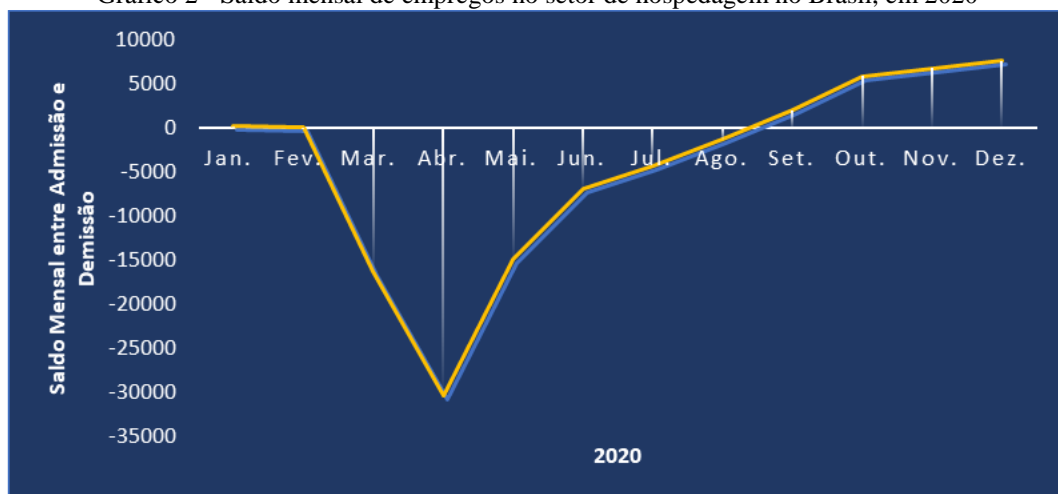
Gráfico 1 - Movimento de aeronaves nos aeroportos brasileiros e média de mortes diárias por covid-19



Fonte: Brasil, Ministério da Infraestrutura (2021).

Esses meses também foram os que apresentaram os maiores danos ao mercado de trabalho formal do turismo (BRASIL, 2020). Conforme dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério da Economia, o saldo de empregos nos estabelecimentos de hospedagem de todo o país teve seu pior período de março a junho, atingindo uma perda de 30.371 postos de trabalho no mês de abril de 2020 (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Saldo mensal de empregos no setor de hospedagem no Brasil, em 2020



Fonte: Elaborado por Carolina Todesco a partir de Brasil, Ministério da Economia (2021).

A crise no setor de turismo no Brasil ocorre, portanto, de forma mais expressiva no primeiro semestre do ano de 2020. Entretanto, apresenta uma retomada no mês de julho e, de

forma mais significativa, a partir do mês de setembro, momento de arrefecimento das medidas restritivas adotadas pelos governos estaduais e municipais.

A recuperação dos fluxos e da economia do turismo, no segundo semestre de 2020, mesmo, ainda, em um cenário pandêmico, é possível de ser observada nos gráficos 1 e 2, como também nas imagens que circularam o país e o mundo, de turistas aglomerados, especialmente em localidades litorâneas. Em matéria do jornal G1, publicada no dia 07/09/2020, importantes destinos ganharam destaque por apresentarem uma cena corriqueira do “velho” normal do turismo, como se a pandemia não fosse realidade. Dentre vários registros, apresentamos algumas imagens na Figura 2 (AGLOMERAÇÃO, 2020).

Figura 2 - Registros de aglomerações ocorrida no feriado nacional de 07 de setembro de 2020



Fonte: AGLOMERAÇÃO (2020).

É possível considerar, portanto, que a retomada precoce do turismo possa ter contribuído para o aumento do contágio da covid-19 no país e o início da segunda onda. Tentando explicar as motivações que possibilitaram a necessidade de fazer turismo mesmo diante da grave crise sanitária, provocando aglomerações não recomendáveis pelas autoridades sanitárias, Cruz (2020) pondera:

[...] as cenas fartamente reproduzidas por diferentes meios de comunicação revelam, especialmente em ambientes praianos, uma espécie de deslocamento entre realidade e fantasia, como se a viagem tivesse transportado essas pessoas para um mundo paralelo ou quiçá para um tempo-espaço assemelhado àquele do chamado “velho normal” (CRUZ, 2020, s/p).

Desta forma, procurando compreender a retomada do turismo no Brasil no contexto pandêmico, os dados a seguir revelam o perfil desses turistas, os fatores que influenciaram suas decisões de viajar, a forma como realizaram suas viagens, as localidades visitadas e as suas posturas frente à pandemia, ressaltando as diferenças regionais quando pertinente.

O TURISTA DIANTE DA PANDEMIA: CARACTERIZAÇÃO, FATORES DE INFLUÊNCIA, LOCALIDADES VISITADAS E COMPORTAMENTO

Para contribuir com o entendimento do retorno das viagens turísticas em tempos de covid-19, foram priorizadas as análises dos dados dos/as respondentes que viajaram motivados/as, exclusivamente, pelo lazer. Portanto, neste item, o foco da análise é o papel assumido por um dos agentes centrais, sem o qual a atividade turística não se realiza, isto é, o turista. Analisar seu perfil, os fatores que influenciaram a realização das viagens e as localidades visitadas assumem relevância para a compreensão da dinâmica do turismo brasileiro no contexto da atual crise sanitária.

Portanto, conforme apontado na metodologia, a pesquisa contemplou 2.406 pessoas que realizaram viagens a lazer, em todo território nacional, distribuídas da seguinte forma pelas macrorregiões do país: Centro-Oeste 17,2%; Nordeste 27,1%; Norte 14,3%; Sudeste 34,2%; Sul 7,2%. Assim, temos nossa amostra validada ao se assemelhar dos resultados da pesquisa sobre o turismo doméstico no Brasil, realizada em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Contínua, em parceria com o Ministério do Turismo (IBGE, 2019). A PNAD Contínua demonstra que os turistas domésticos são predominantemente do Sudeste e Nordeste (IBGE, 2019), certamente em função das características dos destinos, bem como devido a densidade da malha viária e aeroviária, locais que apresentaram picos de retomada de atividades no terceiro trimestre de 2020.

Quanto ao perfil sociodemográfico, destacam-se viajantes do gênero feminino, uma vez que 65,1% dos que declararam viajar a lazer eram mulheres. As faixas etárias predominantes foram de 30 a 39 anos (29,1%) e de 40 a 49 anos (21,5%), portanto adultos, cujo estado civil foi equilibrado entre solteiros/as (41,4%) e casados/as ou em união estável (36,2% e 13,2%,

respectivamente, que somam 49,4%), que vivem em grupos familiares que giram em torno de 2, 3 e 4 indivíduos, respectivamente (31%), (27,5%), (21,9%), como se observa na Tabela 1.

Tabela 1 - Perfil dos turistas que viajaram a lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021

Região	Qtde	%	Gênero	Qtde	%
Centro-Oeste	414	17,2%	Feminino	1567	65,1%
Nordeste	651	27,1%	Masculino	833	34,6%
Norte	345	14,3%	Prefiro não responder	6	0,2%
Sudeste	823	34,2%			
Sul	173	7,2%			
Estado civil	Qtde	%	Faixa etária	Qtde	%
Solteiro/a	995	41,4%	de 18 a 24 anos	379	15,8%
Casado/a	870	36,2%	de 25 a 29 anos	292	12,1%
União estável	317	13,2%	de 30 a 39 anos	701	29,1%
Divorciado/a ou Separado/a	182	7,6%	de 40 a 49 anos	517	21,5%
Outros	42	1,7%	de 50 a 59 anos	364	15,1%
			60 anos ou mais	153	6,4%
Pessoas que moram na residência	Qtde	%	Ocupação principal	Qtde	%
1 pessoa	259	10,8%	Aposentado/a	102	4,2%
2 pessoas	746	31,0%	Autônomo/a	215	8,9%
3 pessoas	661	27,5%	Desempregado/a	108	4,5%
4 pessoas	528	21,9%	Empresário/a	145	6,0%
5 ou mais pessoas	212	8,8%	Estudante	368	15,3%
Escolaridade	Qtde	%	Funcionário/a de Empresa Privada	429	17,8%
Até Ensino médio completo	143	5,9%	Funcionário/a Público/a	917	38,1%
Ensino superior incompleto	403	16,7%	Trabalhador/a Informal	28	1,2%
Ensino superior completo	458	19,0%	Outro	94	3,9%
Pós-graduação incompleta	206	8,6%	Rotina no período de pandemia	Qtde	%
Pós-graduação completa	1196	49,7%	Estou trabalhando em casa (trabalho remoto)	1333	55,4%
Faixa de renda bruta individual/mês	Qtde	%	Estou estudando em casa (ensino remoto)	947	39,4%
sem renda	193	8,0%	Estou trabalhando presencialmente	737	30,6%
até R\$ 1.100	234	9,7%	Estou estudando presencialmente	25	1,0%
de R\$ 1.101 a R\$ 3.300	539	22,4%	Estou usando veículo próprio/alugado	887	36,9%
de R\$ 3.301 a R\$ 6.600	491	20,4%	Estou usando transp. público/coletivo	252	10,5%
de R\$ 6.601 a R\$ 9.900	387	16,1%	Nenhuma das anteriores se aplicam	116	4,8%
acima de R\$ 9.900	562	23,4%			

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Quanto à escolaridade, verificou-se que os viajantes a lazer, de forma geral, possuem níveis superiores ou estão nesse grau de formação, com pós-graduação completa (49,7%) e ensino superior completo (19%) e estudantes, com ensino superior incompleto (16,7%). Quanto às ocupações se destacam os funcionários públicos (38,1%). Observou-se, ainda, que as pessoas com renda mais elevada foram as que mais viajaram a lazer, sendo estes os respondentes que se encontram na faixa de renda acima de R\$ 9.900,00 (23,4%), bem como, também, com participação significativa, respondentes das faixas de renda de R\$1.101,00 a R\$3.300, 00 (22,4%) e de R\$3.301, 00 a R\$3.600, 00 (20,4%).

Os dados sobre renda apontam semelhanças com relação à pesquisa sobre o turismo doméstico no Brasil elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE, 2019), em parceria com o Ministério do Turismo. Nesta pesquisa constatou-se uma correlação proporcional entre o aumento da renda e de viajantes motivados pelo lazer. Considerando-se os respondentes com renda de dois salários ou mais, naquela investigação 49% viajavam por motivo de lazer, enquanto entre os com renda de até um salário, a maior motivação eram as viagens para visita

a amigos e parentes (IBGE, 2019). Assim, durante a pandemia, manteve-se a tendência das viagens de lazer serem mais praticadas por pessoas com maior poder aquisitivo.

Outro dado importante foi a constatação de que a maioria estava em trabalho remoto (55,4%) ou estudando em casa (39,4%), e os deslocamentos foram feitos em carro próprio ou alugado (39,9%), levando-nos a supor que estes estavam praticando o isolamento social e, ao saírem de casa, se mantinham dentro de uma exposição controlada, à medida que não se aglomeravam em meios de transportes públicos.

De acordo com o perfil das pessoas que declararam ter viajado durante a pandemia, torna-se igualmente importante compreender os fatores que influenciaram e motivaram a realização de tal viagem. Destacamos que, durante a coleta, a amostra respondia a todos os fatores dentre as opções “Não se aplica/Fator inexistente”, “Não teve nenhuma influência”, “Influenciou, mas não foi determinante”, “Teve muita influência, foi determinante” e “Não sei responder”. Tais opções, permitem compreender uma escala de influência, no entanto, não se trata de uma escala entre os fatores, mas sim da influência individual de cada um na decisão de realizar a viagem a lazer, conforme pode ser observado na Tabela 2.

Tabela 2 - Fatores que influenciaram a decisão de viajar a lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021

Fatores que influenciaram a decisão de viajar a lazer	Não se aplica/Fator inexistente		Não teve nenhuma influência		Influenciou, mas não foi determinante		Teve muita influência, foi determinante		Não sei responder	
	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%
Estado de stress, ansiedade, depressão	163	6,8%	473	19,7%	1013	42,1%	719	29,9%	38	1,6%
Necessidade/desejo de me encontrar com parentes e amigos	204	8,5%	543	22,6%	675	28,1%	969	40,3%	15	0,6%
Motivado por amigos e parentes a viajar	129	5,4%	742	30,8%	671	27,9%	846	35,2%	18	0,7%
Necessidade/desejo de sair do ambiente doméstico	37	1,5%	294	12,2%	727	30,2%	1340	55,7%	8	0,3%
Necessidade de sair da rotina	41	1,7%	294	12,2%	731	30,4%	1330	55,3%	10	0,4%
Desejo de descanso, lazer e entretenimento	22	0,9%	172	7,1%	654	27,2%	1549	64,4%	9	0,4%
Desejo/vontade de conhecer novos lugares	179	7,4%	827	34,4%	724	30,1%	670	27,8%	6	0,2%
Desejo de desfrutar férias, feriados e datas comemorativas	129	5,4%	730	30,3%	716	29,8%	825	34,3%	6	0,2%
Ausência de aglomeração nos destinos	90	3,7%	407	16,9%	551	22,9%	1299	54,0%	59	2,5%
Baixa taxa de contágio de covid-19 e de mortes no destino	99	4,1%	453	18,8%	629	26,1%	1060	44,1%	165	6,9%
Medidas de segurança sanitárias nos destinos	76	3,2%	346	14,4%	643	26,7%	1275	53,0%	66	2,7%
Medidas de biossegurança nos transportes coletivos (ônibus/avião)	823	34,2%	438	18,2%	442	18,4%	625	26,0%	78	3,2%
Medidas de biossegurança nos meios de hospedagem	366	15,2%	332	13,8%	468	19,5%	1193	49,6%	47	2,0%
Sensação de segurança em viajar com veículo próprio/alugado	408	17,0%	268	11,1%	305	12,7%	1406	58,4%	19	0,8%

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Os aspectos que influenciaram a decisão de viajar a lazer foram divididos em dois grupos, tal como se apresenta na Tabela 2. No primeiro conjunto de elementos, são apresentados os motivos que estão relacionados a aspectos que poderiam motivar/influenciar ou, conforme apontado anteriormente, justificar a decisão de viajar a lazer. Já o segundo conjunto de variáveis está relacionado às justificativas para a efetivação da viagem e possível escolha dos destinos, diretamente relacionados às medidas de enfrentamento da pandemia.

Sendo assim, os fatores que ganham destaque são: “desejo de descanso, lazer e entretenimento”, com 64,4% dos respondentes apontando que teve “muita influência” e que foi

determinante na decisão de viajar a lazer, seguido de “necessidade/desejo de sair do ambiente doméstico”, apresentando 55,7%, e “necessidade de sair da rotina” com 55,3%. Ou seja, as medidas e decretos de confinamento e distanciamento social determinadas por governos e autoridades de saúde em determinadas localidades, tiveram grande impacto no comportamento daqueles que realizaram deslocamentos pelo país, pois, confinados em suas rotinas, sentiam a necessidade de romper com o cotidiano (URRY, 2001) ou se sentirem livres (CRUZ, 2020), que, de certa forma, relaciona-se à manutenção da saúde mental (DIAS et al, 2021) para a sociedade contemporânea.

Um ponto que merece atenção é o “desejo/vontade de conhecer novos lugares”, o qual obteve o menor resultado (27,8%) dentre os respondentes que alegaram que este fator teve muita influência, também o item que obteve o maior percentual de respostas dentre aqueles que informaram que “não teve nenhuma influência”. Logo, conhecer novos lugares não foi um aspecto de grande relevância nas opções pelas viagens, principalmente pela consciência de que deveriam sair de casa somente por demandas essenciais. Outras variáveis com os maiores percentuais de respostas para “nenhuma influência” foram “motivado por amigos e parentes a viajar” (30,8%) e “desejo de desfrutar férias, feriados e datas comemorativas” (30,3%).

Complementarmente, tivemos o “estado de stress, ansiedade e depressão” com algum impacto, porém não determinante, na decisão de viajar para 42,1% dos turistas, condição de maior percentual de respostas neste grau de influência. De maneira geral, questões psicológicas descritas na Tabela 2 exerceram considerável influência nas decisões de viajar. A média dos percentuais obtidos em todos os fatores do primeiro grupo foi de 42,9% para muita influência/determinante na decisão, cerca de 30,7% influenciando a decisão, mas não sendo determinante, e 21,2% não tiveram nenhuma influência.

No entanto, o conjunto de elementos que também exerce influência na deliberação dos/as turistas pelas viagens a lazer durante o período de pandemia pesquisado estão diretamente relacionados às escolhas de como “efetivar/concretizar” a viagem. Nesse caso, com exceção de “medidas de biossegurança nos transportes coletivos (ônibus/avião)”, os demais fatores foram apontados como sendo determinantes (tiveram muita influência) na definição por viajar.

É interessante observar que a causa que apresentou o maior grau de influência, sendo determinante para a maioria dos respondentes (58,4%), foi a “sensação de segurança em viajar com veículo próprio/alugado”, seguido de “ausência de aglomeração nos destinos” e “medidas de segurança sanitárias nos destinos” com cerca de 54% e 53% respectivamente. Isso nos leva

a correlacionar o perfil da viagem durante a pandemia ao olhar romântico de Urry (2001), o que não pode ser, necessariamente, assegurado que ocorreu conforme as imagens apresentadas na Figura 2.

A pesquisa ainda revela que a média do número de viagens realizadas a lazer no Brasil foi de 2,2 viagens por turista, de abril de 2020 a fevereiro de 2021, que corresponde aos onze primeiros meses da pandemia. Os residentes na região Sul superaram a média do país, com 2,5 viagens a lazer, e a região Norte apresentou a menor média, 1,9. No total, 38,4% dos turistas realizaram uma viagem a lazer, enquanto 29,4% realizaram duas, 15,4% três viagens, 7,4% quatro viagens e 9,4% realizaram cinco ou mais viagens (Tabela 3).

Tabela 3 - Quantidade de viagens a lazer realizadas durante a pandemia, entre abril de 2020 a fevereiro de 2021, segundo grandes regiões

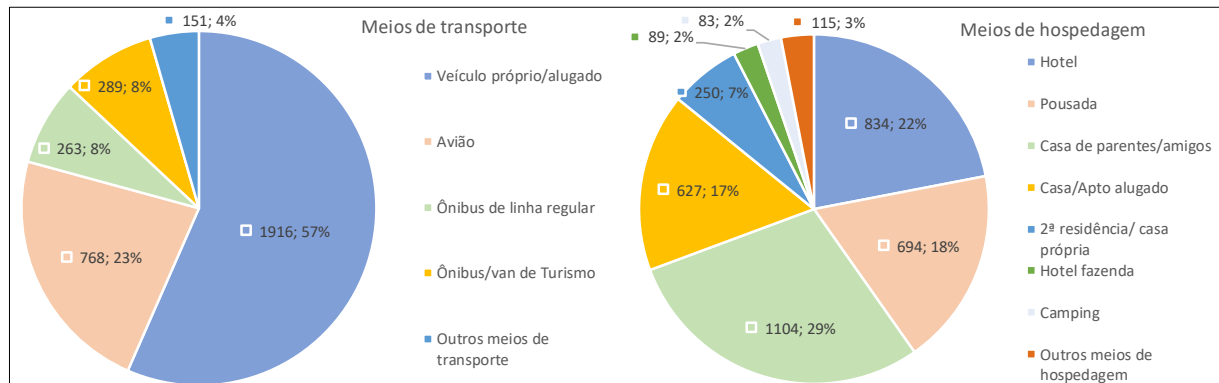
Origem	1 viagem		2 viagens		3 viagens		4 viagens		5 ou mais viagens		Média	Total
	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%		
Centro-Oeste	176	42,5%	121	29,2%	66	15,9%	25	6,0%	26	6,3%	2,0	414
Nordeste	237	36,4%	212	32,6%	92	14,1%	45	6,9%	65	10,0%	2,2	651
Norte	172	49,9%	94	27,2%	38	11,0%	22	6,4%	19	5,5%	1,9	345
Sudeste	286	34,8%	231	28,1%	145	17,6%	69	8,4%	92	11,2%	2,3	823
Sul	53	30,6%	50	28,9%	29	16,8%	18	10,4%	23	13,3%	2,5	173
BRASIL	924	38,4%	708	29,4%	370	15,4%	179	7,4%	225	9,4%	2,2	2406

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

A pesquisa também questionou os meios de transporte utilizados pelos turistas e os resultados revelam que a maioria, 57%, fez uso de veículo próprio/alugado. Este percentual é maior que a observada pela pesquisa do turismo doméstico no Brasil realizada em 2019, a qual registrou que 46,6% das viagens (realizadas pelos mais diversos motivos) utilizaram carro particular ou de empresa (IBGE, 2019). Esse dado pode estar atrelado ao fato de o veículo próprio aumentar a sensação de segurança no contexto da pandemia, período em que o distanciamento físico é recomendado. O avião foi o segundo meio de transporte mais utilizado nas viagens a lazer, por 23%, uma porcentagem também superior ao da pesquisa de 2019, que apresenta 15,3% para este transporte. Já o ônibus de linha, utilizado por 8%, apresenta uma queda, comparado a 2019, que registrou 16%.

Em relação ao meio de hospedagem, 29% utilizaram casa de parentes e amigos, 22% hotel, 18% pousada e 17% casa/apartamento alugado. Esses dados são bem diferentes aos registrados pela pesquisa de 2019, a qual apresenta a casa de amigos e parentes como o principal meio de hospedagem para 47,3% das viagens, o hotel para 17%, pousada 4,8% e 2,7% imóvel próprio (Gráfico 3). Isso demonstra que o uso especialmente de pousadas aumentou significativamente na pandemia, enquanto o uso de casa de parentes e amigos como principal meio de hospedagem diminuiu.

Gráfico 3 - Principais meios de transportes e hospedagem utilizados nas viagens a lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021



Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

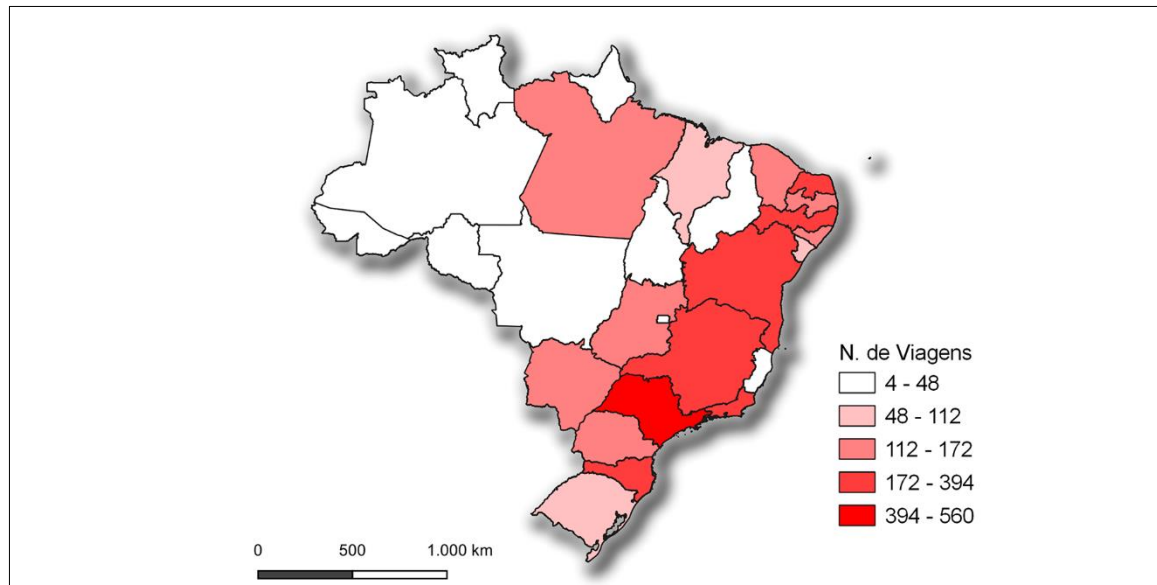
Quanto às localidades visitadas, a pandemia impôs os deslocamentos domésticos como preponderantes, uma vez que o cancelamento de voos e a inatividade de agências de viagens dificultaram a realização de viagens internacionais, de modo que tal modalidade foi citada por apenas 2,3% dos respondentes. Considerando a totalidade das viagens, 55,5% se deslocaram para destinos do próprio estado de residência, enquanto 39,2% foram para estados próximos ao que residem, e 31,0% procuraram estados distantes ao local de residência (Tabela 4). Dessa forma, mantêm-se inalterados os critérios de proximidade utilizados pelos turistas brasileiros. As localidades mais visitadas durante a pandemia foram os destinos que tradicionalmente já detinham maior fluxo turístico, destacando-se: SP (23,3%), RJ (16,4%), BA e PE (10%), RN (9,9%), SC (9,1%) e MG (9,0%), observe a Figura 3.

Tabela 4 - Localização dos destinos nas viagens a lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021

Origem	Destinos das viagens a lazer							Viajaram a lazer	
	No próprio Estado de residência		Outros estados próximos ao Estado de		Outros estados distantes ao Estado de		Para o exterior		
	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde		%
Centro-Oeste	171	41,3%	148	35,7%	206	49,8%	11	2,7%	414
Nordeste	372	57,1%	318	48,8%	127	19,5%	7	1,1%	651
Norte	183	53,0%	65	18,8%	166	48,1%	7	2,0%	345
Sudeste	512	62,2%	312	37,9%	208	25,3%	28	3,4%	823
Sul	98	56,6%	100	57,8%	39	22,5%	2	1,2%	173
BRASIL	1336	55,5%	943	39,2%	746	31,0%	55	2,3%	2406

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Figura 3 - Estados receptores do fluxo turístico doméstico com a finalidade de lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021



Fonte: Elaborado por Antonio Carlos Campos a partir da coleta de dados da pesquisa.

Em relação às características dos destinos das localidades visitadas, percebe-se que as praias continuam sendo priorizadas, porém em áreas naturais, isto é, não urbanizadas (40,3%). Em segundo lugar, foram indicadas destinações em áreas rurais/naturais, situadas no interior do país (38,7%); as capitais ou grandes cidades e praias em áreas urbanas foram citadas por cerca de 31,3% dos/as respondentes, respectivamente; enquanto 29,2% preferiram visitar áreas urbanas no interior (Tabela 5).

Tabela 5 - Características dos destinos das viagens a lazer, durante a pandemia, entre abril/2020 e fevereiro/2021

Origem	Características dos destinos											
	Capitais de Estado e/ou grandes		Interior em área urbana		Interior em área rural/natural		Praia em área urbana		Praia em área natural		Outros	
	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%
Centro-Oeste	148	35,7%	155	37,4%	181	43,7%	114	27,5%	117	28,3%	9	2,2%
Nordeste	232	35,6%	161	24,7%	215	33,0%	188	28,9%	322	49,5%	19	2,9%
Norte	140	40,6%	115	33,3%	109	31,6%	97	28,1%	128	37,1%	13	3,8%
Sudeste	184	22,4%	208	25,3%	366	44,5%	277	33,7%	338	41,1%	18	2,2%
Sul	48	27,7%	64	37,0%	60	34,7%	74	42,8%	64	37,0%	4	2,3%
BRASIL	752	31,3%	703	29,2%	931	38,7%	750	31,2%	969	40,3%	63	2,6%

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Dessa forma, conforme Santos e Campos (2021), os/as turistas devem valorizar os destinos em áreas naturais e as viagens constituídas, essencialmente, por grupos familiares como alternativas e estratégias que atendam a um perfil, pautado em novos hábitos e necessidades. Afirmando, ainda, a hipótese da perspectiva da predominância do olhar romântico de Urry (2001), ou seja, a busca de destinos turísticos com menor circulação de pessoas voltadas à contemplação e contato com a natureza, e praticada por grupo de maior poder aquisitivo (URRY, 2001; MELO, 2009), como se apresenta na Tabela 1.

Para contextualizar o/a leitor/a, os meses de aplicação dos questionários foram fevereiro, março e abril de 2021, nesse período já havia iniciado a vacinação na população brasileira, mesmo assim, houve um aumento nas mortes por covid-19. Informações do “Consórcio de veículos de imprensa, a partir de dados das secretarias estaduais de Saúde”, apontam que no dia 27 de fevereiro de 2021, o país contabilizou 1.275 óbitos, com tendência ao recrudescimento, tanto que em 31 de março de 2021, 3.950 pessoas faleceram em decorrência do novo coronavírus (“MORTES...”, 2021). No último dia do mês de levantamento da pesquisa - 31 de maio de 2021, o Brasil contava 2.873 mortes, e esse quadro se manteve em alta até o mês de junho de 2021 quando é possível perceber uma sutil diminuição nos números de óbitos (“MORTES...”, 2021).

Diferentes fatores podem ser elencados frente ao comportamento do/a turista com relação à pandemia da covid-19, os quais variam desde a real necessidade de movimentação até o impulso psicossocial provocado pelo prolongamento do isolamento social, como medida de biossegurança, proposto pela OMS. Dentre os elementos apontados na pesquisa com turistas, as medidas de proteção sanitárias, como, por exemplo, o uso de máscara durante as viagens, foram adotadas por 63,2% dos/as viajantes, a prática de higienização de objetos e superfícies com álcool 70 figurava entre os 64,6% dos entrevistados/as, assim como a assepsia das mãos, destacada por 62,7% das pessoas, conforme Tabela 6.

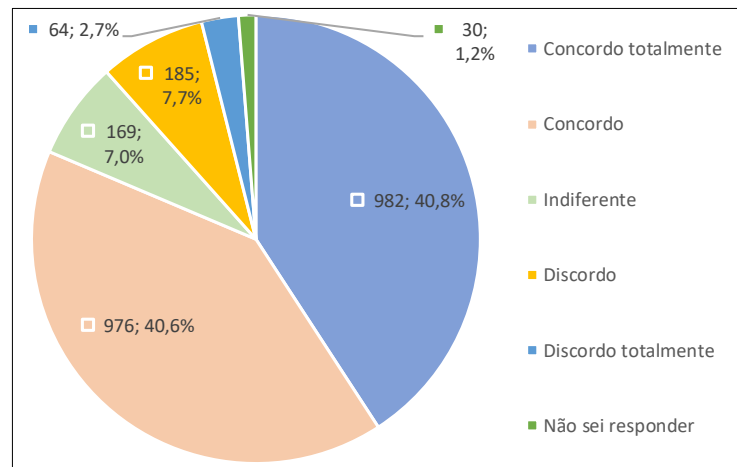
Tabela 6 - Principais medidas de proteção sanitária utilizadas durante as viagens a lazer realizadas no período de abril de 2020 e fevereiro de 2021, no Brasil

Medidas de proteção durante viagens a lazer	Não adotou essa medida de proteção		Somente quando foi solicitado ou obrigado		Raramente		Adotou com frequência		Adotou com muita frequência	
	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%
Uso de máscara facial	78	3,2%	225	9,4%	44	1,8%	539	22,4%	1520	63,2%
Uso de álcool em gel	83	3,4%	143	5,9%	74	3,1%	552	22,9%	1554	64,6%
Lavar as mãos	68	2,8%	127	5,3%	69	2,9%	633	26,3%	1509	62,7%
Distanciamento social	102	4,2%	186	7,7%	163	6,8%	866	36,0%	1089	45,3%
Outras medidas de proteção não citadas anteriormente	360	15,0%	230	9,6%	269	11,2%	664	27,6%	883	36,7%

Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

As ações profiláticas foram motivadas por conta do receio de contágio pelo coronavírus durante a viagem a lazer, além de influenciar na decisão de viajar, tanto que 40,8% das pessoas afirmaram concordar totalmente e 40,6% concordam com a proposição, de acordo com o levantamento exposto na Gráfico 4.

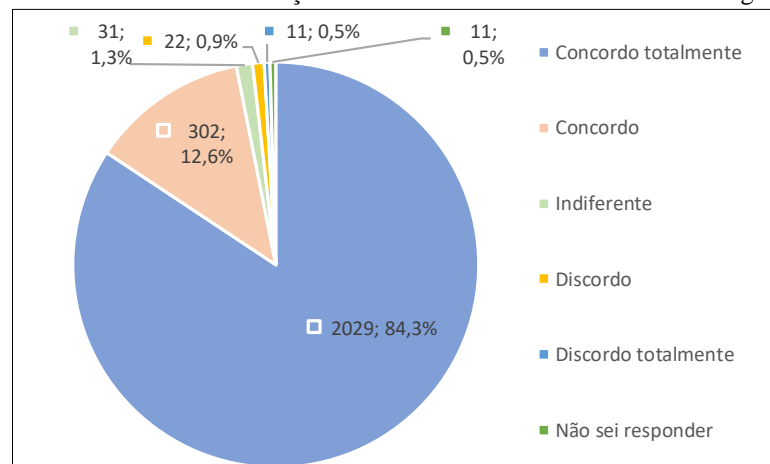
Gráfico 4 - Receio em se contaminar com covid-19 durante a viagem a lazer, no período de pandemia entre abril/2020 e fevereiro/2021



Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Um dado que merece destaque é sobre a vacinação, 84,3% dos respondentes afirmaram a importância do processo de imunização da covid-19 promovido pelo Ministério da Saúde para a retomada das viagens (Gráfico 5).

Gráfico 5 - A influência da vacinação contra a covid-19 na retomada das viagens a lazer



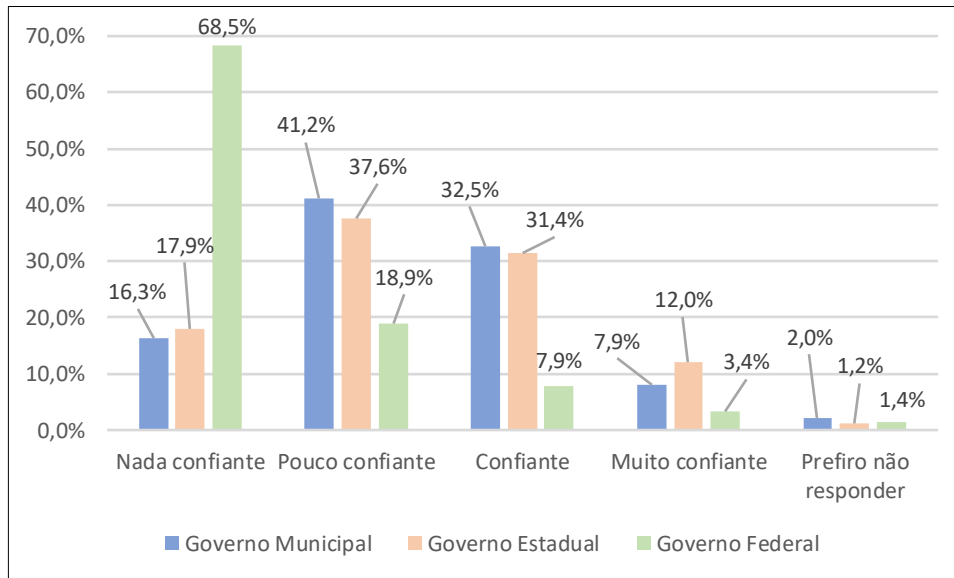
Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Com o intuito de compreender a influência das ações de políticas públicas para o enfrentamento à crise sobre a decisão de viajar, foi ainda questionado sobre a confiabilidade dos entrevistados na condução de medidas de enfrentamento executadas por parte dos governos municipais, estaduais e federal. Verificou-se que 68,5% dos entrevistados/as não confiam na condução do enfrentamento à pandemia por parte do Governo Federal, 17,9% desacreditam na mobilização dos Governos Estaduais e 16,3% nos Governos Municipais, conforme números apresentados na Gráfico 6. Do total dos respondentes, 45,1% declararam que tais posturas governamentais de enfrentamento à crise tiveram muita influência ou foram determinantes na

quantidade de viagens realizadas nesse período (Gráfico 7). Nesse sentido Souza (2021, p. 10), observa que:

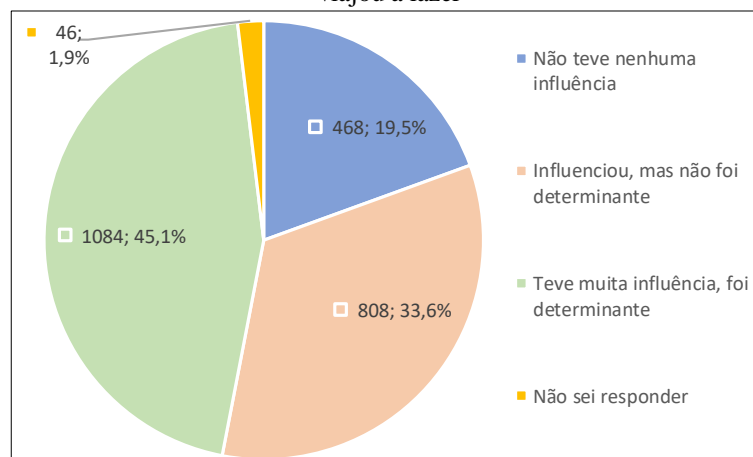
[...] a demora ou a omissão governamental no processo de aprovação de ações operacionais no turismo também é uma estratégia de governança, que contribui para agravar a crise existente. É possível considerar, ainda, os desafios em apresentar medidas que harmonizem com as diferentes realidades do setor, considerando-se a localização geográfica, público-alvo, segmento, infraestrutura de acesso, disponibilidade financeira empresarial.

Gráfico 6 - Confiança na condução do enfrentamento à pandemia por parte dos Governos Municipais, Estaduais e Federal



Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Gráfico 7 - Influência do enfrentamento a pandemia na quantidade de viagens a lazer por quem viajou e não viajou a lazer



Fonte: Elaborado por Amilton Luiz Novaes a partir da coleta de dados da pesquisa.

Diante dessas perspectivas, os dados apresentados e analisados sobre o comportamento do turista frente à pandemia servirão de orientação para proposição de políticas públicas de enfrentamento e retomada do turismo nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apontam e reafirmam a importância assumida pelo turismo na sociedade contemporânea, uma vez que, mesmo diante de uma pandemia, os/as brasileiros/as, após uma breve pausa, começaram a realizar viagens com a finalidade de lazer e fruição. Para além da dimensão econômica, é inegável o enorme significado assumido por esta prática socioespacial na vida das pessoas.

O quadro se desenha por meio de pessoas trabalhando e estudando em casa, portanto imersas em um cotidiano de atividades remotas pela *internet* e alheias a uma real sociabilidade, bruscamente deixada de lado e tão necessária à sociedade pós-moderna. A viagem, nestas condições, segue a tendência do rompimento com um cotidiano estressante por sujeitos que buscam momentos de descanso, mesmo que expostos a riscos “controlados”, ou que passam a “sensação de controlados”, seja pelo uso do meio de transporte individual, seja pela escolha de destinos “mais exclusivos”, em que a aglomeração é menos provável ou pela utilização de medidas de biossegurança.

Assim, o contexto nos leva a considerar que a viagem “em tempo de pandemia” e as formas de vivenciar as experiências por ela proporcionadas se aproximam do perfil romântico tratado por Urry (2001), o que atende aos protocolos de segurança, mas por outro lado onera o custo da experiência diante das restrições de número de pessoas e de distanciamento social e que, por consequência, restringe o ato de viajar a uma população mais privilegiada financeiramente, que pode pagar por esses momentos personalizados.

Constatou-se que os fatores psicológicos descritos exerceram considerável influência nas decisões de viajar a lazer para os turistas pesquisados, cuja principal motivação foi o “desejo de descanso, lazer e entretenimento”, seguido da “necessidade/desejo de sair do ambiente doméstico”, atendendo à subjetividade de ruptura com o cotidiano que, durante uma pandemia, pode ser ainda mais estressante.

Nesse campo, a manipulação do olhar do turista a partir dos estímulos publicitários que criam uma atmosfera de proteção para viajar, a partir da garantia dos protocolos de biossegurança, ocupam papel de destaque, na medida em que promovem destinos e negócios

turísticos cuja “sensação de segurança”, pelo isolamento, higienização pessoal, de objetos e superfícies, ou mesmo exclusividade, convencem a se expor aos riscos de contaminação pelo coronavírus.

A pesquisa confirmou as previsões de especialistas da área, no que se refere ao privilegiamento do turismo de proximidade. Dados obtidos apontaram a opção pelas viagens no próprio estado de residência ou nos estados vizinhos, com destaque para o litoral, onde são encontradas praias localizadas em áreas mais naturais e não urbanizadas; como também para as áreas com características naturais e rurais situadas no interior do país. No entanto, um grupo considerável de pessoas viajaram para capitais, grandes cidades e praias em áreas urbanizadas. Inclusive, verificaram-se áreas com grande aglomeração de turistas em diversas praias brasileiras, conforme discutido ao longo do trabalho, como no “velho normal”.

No mundo em “tempos de pandemia”, no qual a vacinação não é uma realidade universal, onde governos irresponsáveis promovem aglomerações e atuam com descaso pela vida; homens, mulheres e crianças (re)inventam diferentes modos de articular a grande arena que movimenta o capital globalizado a partir do turismo, criando “necessidades” individuais e coletivas de realizar viagens. O/a turista mobilizou o mercado global para se adaptar a uma demanda que unisse a prática turística direcionada ao lazer dentro dos protocolos de biossegurança propostos pela Organização Mundial da Saúde - OMS.

REFERÊNCIAS

AGLOMERAÇÃO de 7 de setembro: brasileiros lotam praias, bares e parques no feriado da Independência. **G1**. p. on line., Rio de Janeiro, RJ. 7 set. 2020. Turismo e Viagem. Disponível em: <<https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2020/09/07/aglomeracao-de-7-de-setembro-brasileiros-lotam-praias-bares-e-parques-no-feriado-da-independencia-fotos.ghtml>>. Acesso em: 23 jul. 2021.

BARBOSA, L. G. M.; COELHO, A. M.; MOTTA, F. DO A. T.; GUIMARÃES, I. L. B. **Impacto econômico do covid-19: propostas para o turismo**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: FGV Projetos, 2020.

BRASIL, Ministério da Economia. **Painel de Informações do Novo Caged**. 2021.

Disponível em:

<<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNWl1NWl0ODEtYmZiYy00Mjg3LTkzNWUtY2UyYjIwMDE1YWI2IiwidCI6IjNIYzkyOTY5LTZhNTEtNGYxOC04YWw5LWVmOThmYmFmYTk3OCJ9>>. Acesso em: 01 jun. 2021.

BRASIL, Ministério da Infraestrutura. **Impactos da covid-19 no setor aéreo: análise de 01 de janeiro de 2020 a 16 de maio de 2021**. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Relatório de impacto da pandemia de covid-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil**. Boletins de Estatísticas Turísticas. 2020. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins.html>>. Acesso em: 24 fev. 2021.

BURNS, Peter M. **Turismo e antropologia**: uma introdução. São Paulo: Cronos, 2002.

CARRANÇA, T. Turismo acumula perdas de R\$ 122 bilhões e recuperação será lenta. **Folha de S.Paulo**. p. on line., São Paulo, SP. 9 jul. 2020. Mercado. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/07/turismo-acumula-perdas-de-r-122-bilhoes-e-recuperacao-sera-lenta.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2021.

CRUZ, R. C. A. O grito de independência de turistas pelo mundo e no Brasil. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 14 set. 2020. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/o-grito-de-independencia-de-turistas-pelo-mundo-e-no-brasil/>>. Acesso em: 04 jun. 2021.

DIAS, I. C.; ALMEIDA, C. H.; MELO, É. M. M.; DIAS, H. C.; LUZ, I. S.; SANTOS, J. L. D.; BARBOSA, J. F.; ZANETTI, L. F.; NOVAIS FILHO, R. M.; SOARES, G. F. G. Os impactos da pandemia de COVID-19 na saúde mental da população. **Revista Eletrônica Acervo Científico**, n. 30, e. 8218, 2021.

GUIMARÃES, R. B.; CATÃO, R. D. C.; MARTINUCI, O. D. S.; PUGLIESI, E. A.; MATSUMOTO, P. S. S. O raciocínio geográfico e as chaves de leitura da Covid-19 no território brasileiro. **Estudos Avançados**, v. 34, n. 99, p. 119-140, jul. 2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: turismo 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=28243&t=resultados>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

KRIPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

MARTINS, A. Após voo, Jeff Bezos diz que críticos do turismo espacial estão certos. **Exame**. p. on line., São Paulo, SP. 20 jul. 2021. Tecnologia. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/apos-vo-jeff-bezos-diz-que-criticos-do-turismo-espacial-estao-certos/>>. Acesso em: 23 jul. 2021.

MELO, E. S. O. Aprofundando o olhar do turista: considerações acerca de suas determinantes sociais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 3, n. 2, p. 71-94, ago. 2009.

MORTES e casos de coronavírus nos estados. **G1**. p. on line., São Paulo, SP. 23 jul. 2021. Bem Estar. Disponível em: <<https://especiais.g1.globo.com/bemestar/coronavirus/estados-brasil-mortes-casos-media-movel/>>. Acesso em: 23 jul. 2021.

NAGAMINE, L.; FERREIRA, G.; KRUGER, C.; MOURA, R. Disseminação da covid-10 nas faixas de fronteira terrestre e litorânea do Brasil. **Revista Tempo do Mundo RTM**, n. 23, p. 203-233, ago. 2020.

NOTARI, A.; TORRIERI, G. COVID-19 transmission risk factors. **MedRxiv**. Disponível em: <<https://doi.org/10.1101/2020.05.08.20095083>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

OPAS, O. P.-A. S.; OMS, O. M. S. **Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS.** OPAS/OMS - Organização Pan-Americana da Saúde. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 21 jun. 2021.

RIBEIRO, M. A.; NOVAES, A. L. O Turismo no Pantanal em Tempos de Pandemia da covid-19. In: MORETTI, E. C. (org.). **Olhares Geográficos: produção social da natureza.** Porto Alegre, RS: TotalBooks, 2020. p. 175-191.

SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C. Reflexões sobre residentes, turistas e espaços públicos Pós - covid-19. In: PORTUGUEZ, A. P.; TRIGO, L. G. G. (orgs.). **Turismo e saúde global: pandemia, pandemônio e novos rumos para o setor no Brasil e no mundo.** Ituiutaba: Barlavento, 2021, pp. 140 -168.

SOUZA, M. C. C. O Estado e o turismo no Brasil: análise das políticas públicas no contexto da pandemia da covid-19. **RBTUR**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 21-37, jan./abr. 2021.

URRY, J. **O olhar do turista:** lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001