FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU
16ª edição | 2022
30NOV a 02DEZ
Foz do Iguaçu • Paraná • Brasil

Retorno do turismo no pós-pandemia: uma análise do comportamento do consumidor

Ana Beatriz Aragão Santana
Glória Geovana de Oliveira Raimundo
Raianne Raimundo da Silva
Fábio Luciano Violin

ORGANIZAÇÃO
UNIVALI
REALIZAÇÃO
Idestur

Resumo: O objetivo principal deste estudo, focou-se em fazer uma análise de como o consumidor do produto turístico se comportou no pós-pandemia. Sendo assim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em torno de sites e artigos científicos, desde o ano de 2020 a 2022, buscando encontrar quais foram as maiores dificuldades e como os turistas perceberam o retorno do pós-pandemia. Com isso, o estudo foi baseado em dados de sites oficiais do Ministério do Turismo (Mtur), Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) e uma recente pesquisa realizada pelo site O Globo. Os pontos centrais relacionados ao comportamento de consumo indicaram, que apesar de o setor turístico não ter se recuperado 100%, a sua retomada tem surgido de maneira positiva, dentre os setores se destacam o aéreo e o hoteleiro. Desta forma, ainda foi possível notar que os turistas tendem a optar neste momento de retomada por voos domésticos e que incluam a presença da família.

Palavras-chave: Pandemia; Retorno; Comportamento do Consumidor; Turismo.

Abstract: The main objective of this study focused on analyzing how the tourist product consumer behaved in the post-pandemic period. Therefore, a bibliographic research was carried out around websites and scientific articles, from the year 2020 to 2022, seeking to find what were the greatest difficulties and how tourists perceived the return of the post-pandemic. Thus, the study was based on data from official websites of the Ministry of Tourism (Mtur), Forum of Hotel Operators in Brazil (FOHB) and a recent survey carried out by the website O Globo. The central points related to consumption behavior indicated that, although the tourism sector has not recovered 100%, its recovery has emerged in a positive way, among the sectors, the airline and the hotel sector stand out. In this way, it was still possible to notice that tourists tend to opt at this time of resumption for domestic flights and that include the presence of the family.

Key-words: Pandemic; Return; Consumer behavior**;** Tourism.

INTRODUÇÃO

A atividade turística, apresenta uma singularidade em relação a qualquer outro setor da economia, visto que, a mesma possui uma característica de fragilidade a qualquer modificação situacional, sendo assim sensível a mudanças como,taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam a saúde pública, como o recente surto da Covid-19 (BENI, 2020).

O ano de 2020 seria um ano ideal para o crescimento do turismo, visto a quantidade de feriados prolongados, desta forma já era previsto um dobramento no número de viagens (GROLLA, 2020).

Mesmo com o rigoroso isolamento proposto, uso de máscaras e álcool gel, o Brasil foi um dos países com maior número de infecções, ficando em segundo lugar no ranking de casos, o que resultou em novas variantes e maiores dificuldades para o fim dessa pandemia (FRANCÊS, 2020, VIOLIN, 2022).

Trigo (2020) indica que a expansão do Covid-19 foi bloqueando progressivamente as estruturas de saúde, os sistemas internacionais de viagens aéreas, marítimas e terrestres, o comércio de modo geral, além de setores singulares interligados ao turismo, como o de eventos e diversões públicas.

Desta forma, depois de todas as medidas de isolamento social utilizadas em grande parte do mundo, retornam as movimentações em busca da reabertura e recuperação das atividades. Sendo assim, o setor do turismo é considerado um dos setores econômicos com maior prejuízo para seu retorno, isso reflete tanto no meio financeiro, quanto nas perspectivas para o mercado de trabalho (ARES, 2020, p. 04).

Segundo Magalhães (2022), "A volta do turismo é de extrema importância para a economia, muitos países vivem do turismo e possuem hotéis, restaurantes, serviços de transportes, atrações turísticas voltados para receber os viajantes internacionais".

Entretanto, conforme a pesquisa produzida pelo grupo GTES, Soares (2020) a nova realidade turística estará baseada em viagens mais seguras, contudo, aspectos relacionados com o comportamento do turista no destino tendem a não diferir da maneira de agir anteriormente (VIOLIN, 2021). Vale destacar que a demanda por seguros de saúde para as viagens internacionais aumentará.

Desse modo, o estudo aspirou demonstrar quais foram as percepções dos consumidores do turismo, em relação ao retorno pós-pandemia, na retomada das atividades presenciais, através de reportagens e notícias a respeito da temática.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Do pré ao pós pandemia no turismo

Em meados de 2019, mais especificamente no final do ano de 2019, uma pneumonia ainda desconhecida foi identificada na província de Wuhan, na China e exposta pela primeira vez pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no dia 31 de dezembro de 2019. Antes sendo referida como uma doença desconhecida, denominada primeiramente como 2019-nCoV, doença causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2) tornando-se mundialmente conhecida como COVID-19.

Após um mês desses acontecimentos (30 de janeiro de 2020) a OMS declarou que o surto da doença estabelecia uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional, sendo o mais alto nível de alerta da Organização, e em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi qualificada como uma pandemia. (FRANCÊS et al., 2020).

Sendo assim, segundo Ficagna (2020), os impactos causados pela pandemia, originaram efeitos nunca vistos antes na história, e acabou por influenciar até o modo como as pessoas se relacionam. Dentre as principais consequências, se destacou o sociodemográfico, onde a necessidade de distanciamento e isolamento se deu como uma forma de "aprisionamento", dando origem a diversos transtornos psicológicos ou sentimentais que acabaram por afetar a saúde mental de muitas pessoas.

O ano de 2020 iniciou-se com uma grande expectativa voltada para o setor do turismo, era esperado uma crescente em torno do aumento de viagens e em decorrência um maior faturamento das empresas dos mais variados segmentos. No entanto, no primeiro trimestre o setor se viu em um momento de estagnação de suas atividades, devido à pandemia do novo Coronavírus que começou a circular. Desta forma, deu-se início às interrupções de viagens internacionais, recomendações de isolamento social a fim de diminuir a propagação e o fechamento de empresas acabou por impossibilitar que setores da atividade conseguissem prosseguir em bom funcionamento (ARES, 2020, p. 04).

Diante disso, alguns setores do turismo tiveram uma queda econômica considerável, o que acabou por dificultar a execução de suas atividades nesse período, sendo assim:

> "As atividades econômicas mais afetadas pelo Covid-19 são os hotéis e pousadas, bares e restaurantes, transportes (aéreo e rodoviário), agências de viagens, aluguel de imóveis de férias, casas de festas e entretenimento, além das empresas de atividades de recreação, atividades culturais e de esportes" (MAGALHÃES, 2022).

A maioria dos fatores fundamentais para facilitar as viagens internacionais e permitir que o turismo ampliasse globalmente seu volume de usuários estagnaram. O fechamento de hotéis, restaurantes, centros de entretenimento e diversos atrativos turísticos resultaram na paralisação de todo o setor do turismo. Com as viagens internacionais suspensas e as domésticas sendo prejudicadas da mesma

forma, em consequência dessa conjuntura, o fluxo turístico praticamente deixa de ocorrer (NIEWIADOMSKI, 2020).

Após a aplicação do isolamento social decisivo na maior parte do mundo, foram iniciados recentemente movimentos de reabertura e de retomada dos negócios. O turismo é um dos setores econômicos que mais tiveram problemas de retomada operacional, consequentes nas previsões financeiras e nas concepções para o mercado de trabalho (ARES, 2020, p. 04).

Sendo assim, é possível compreender que o turismo foi um dos setores mais afetados pela crise causada pela pandemia do novo Coronavírus em virtude de seus impactos. Desta forma, o ano de 2021 será lembrado como o ano que deu “luz” ao turismo novamente, muitas pessoas começaram a se libertarem das grandes restrições da pandemia, e puderam voltar gradualmente a realizarem seus momentos de lazer, e assim viajar para outras localidades, no entanto, vale ressaltar que isso só foi possível com a chegada da vacinação ao país (CASTRO, 2021).

O retorno do turismo

A interrupção da cadeia produtiva do turismo, impactou o desenvolvimento de empregos em diversos setores, que não são apenas o ramo de viagens, mas todos os que necessitam dessas para continuar no mercado. Desta forma, o efeito é expressivo na receita de empresas, e assim, em consequência no fornecimento de trabalho, o que acaba por ser desfavorável para o ciclo econômico (ARES, 2020; HONORATO e VIOLIN, 2020).

Segundo Beni (2020) evidencia-se que o processo de retomada será vagaroso, sendo assim o início será conduzido pelo turismo de negócios, em resultado daqueles que necessitam viajar com frequência, devido aos seus trabalhos. Assim, o setor aéreo e hoteleiro serão os responsáveis por retornarem primeiro a suas atividades, apesar desse retorno ser com um volume controlado de turistas. Seguindo com os setores de veículos, alimentos e bebidas.

Desta forma, de acordo com Trigo (2020) outro grande setor que sofreu impacto com a chegada da pandemia, foi o de cruzeiros marítimo. Visto que, o mesmo teve suas atividades paralisadas por diversos meses e assim em consequência muitas pessoas perderam seus empregos. Além disso, algo parecido ocorreu com as companhias aéreas, empresas rodoviárias e ferroviárias, shopping

centers, centros de entretenimento, áreas de eventos, parques temáticos, hotéis e resorts. Entretanto, mesmo não tendo todas as suas operações canceladas, ocorreram quedas significativas nas vendas, em volta de 40 a 90 por cento.

Após dois anos de pandemia e cancelamento das atividades turísticas, o setor está se recuperando, com o auxílio da vacinação, como afirma LISBOA, 2022 “Depois de um longo período de fronteiras fechadas e distanciamento social imposto pelo coronavírus, o turismo está em rota de crescimento. Com o avanço da vacinação contra a Covid-19, o índice de atividades turísticas no Brasil medido pelo IBGE fechou 2021 com alta de 21% . Ainda em um estudo da FecomercioSP é possível notar que o setor faturou no ano passado R$ 152,4 bilhões, um aumento de 12% em relação a 2020 (FECOMERCIOSP, 2022a).

O avanço da vacinação trouxe um cenário mais otimista em relação ao enfrentamento da pandemia e as pessoas anseiam colocar em prática uma das prioridades estabelecidas durante o período de isolamento: viajar mais (PRADO; MARIANO, 2021).

Após dois anos de pandemia de COVID-19, foram exigidas limitações a viagens internacionais em diversas partes do mundo, além do remate provisório de diversos setores do comércio, o Brasil voltou a receber voos de outros países em escalas consideráveis. (AGÊNCIA BRASIL, 2022).

Com o passar do tempo, e as atividades voltando a se normalizarem, já é possível observar melhorias significativas em alguns setores do turismo, como mostra os dados da pesquisa feita pelo Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP):

> “A retomada da demanda pelas famílias por viagens e a inflação no setor foram fatores que impulsionaram o crescimento em 30,6%, no oitavo mês do ano. No acumulado em 12 meses, o salto é positivo em 32,9%, uma vez que tanto as famílias quanto as empresas têm retomado os planejamentos de viagens e movimentado toda a cadeia, de forma a aquecer segmentos de lazer e corporativo. Dentre os segmentos, destaque para o transporte aéreo, com crescimento anual de 72,8%. Na comparação com o mesmo período de 2019, pré-pandemia, a alta é de 19,9%”(FECOMERCIOSP, 2022b).

O turismo nacional teve um faturamento equivalente a R$18,3 bilhões, em julho deste ano e cresceu 32,1%, equiparado ao ano anterior. O motivo de tal avanço se deu a partir das férias escolares no sétimo mês do ano. Dito isso, é possível observar que alguns segmentos tiveram números crescentes, dentre eles

estão: “transporte aéreo, com alta de 86,8% no comparativo anual. Na sequência, vieram os serviços de alojamento e alimentação (22%); as atividades culturais, recreativas e esportivas (18,8%); os transportes aquaviários (12,6%) e terrestres (14,2%); e o conjunto de setores de locação de veículos, agências e operadoras de turismo (2,4%)” (FECOMERCIOSP, 2022c).

Comportamento do turista no pós-pandemia

A pandemia despertou nos turistas um alerta em questão de segurança sanitária, com isso o consumidor de turismo torna-se mais exigente, conforme relata Ficagna (2020) ”A nova realidade com a qual estamos tentando nos adaptar precisa gerar no turista a sensação de segurança necessária para aproveitar a experiência turística no cenário pós-pandemia”.

O surgimento da pandemia da Covid-19, é de acordo com Freya Higgins Desbiolles, uma nova possibilidade de moldar comportamentos desejáveis nos turistas, visando que o setor já ansiava um novo perfil de consumidores (BROUDER, 2020)

Segundo a pesquisa “Turismo pós-pandemia: acelerando a retomada", realizada pelo O Globo (2021), os turistas estão motivados a viajar após a pandemia para fugir da rotina e buscar bem-estar e curtição. Além disso, também afirmam que as viagens vão auxiliar no esquecimento dos problemas, consequentemente melhorando a vida. Entretanto, vale ressaltar que apesar de os dados da pesquisa revelarem que 43% dos turistas já estavam economizando em 2021, seis meses antes dos retornos das viagens, existem aqueles que pretendem se sentir seguros financeiramente, visto isso os turistas também estão investindo seu dinheiro em uma reserva de segurança, representando 60% dos consumidores.

A pandemia da Covid-19 fez com que todos mudassem suas práticas do dia a dia, modificando sua rotina diária completamente. Pelo motivo da paralisação necessária, suas viagens foram interrompidas por um período indeterminado, porém agora com a retomada espera-se que os gastos dos consumidores sejam de grande maioria em viagens, consoante a pesquisa realizada pela Traveler Value Index:

> "O orçamento de viagem de mais de um terço (34%) dos viajantes é maior agora do que em 2020. Quase uma em cada cinco pessoas (18%) espera que os seus maiores gastos em 2021 sejam com viagens, mesmo índice atingido pelas despesas com a reforma da casa (18%) e maior do que os gastos com entretenimento (12%), com a compra ou manutenção do carro

> (11%) ou com saúde (11%). Elas também estão dispostas a cortar outras despesas e usar esse dinheiro para viajar.” (GROUP, 2021, p.13).

A interrupção global das viagens em virtude da pandemia evidenciou como é significativo as pessoas estarem juntas e salientou como as viagens possuem um impacto positivo na vida dos indivíduos. As viagens expandem as visões de mundo e aprofundam a percepção entre as pessoas, bem como o conhecimento sobre os locais visitados.

Segundo a Traveler Value Index, Group (2021) cerca de 56% dos viajantes disseram que as novas experiências são o maior benefício de viajar, sendo 48% dos viajantes disseram que o bem-estar físico e mental é o maior benefício de viajar, 51% dos viajantes buscam aprender sobre outras culturas e comunidades nas viagens e 33% dos viajantes fazem viagens para se tornar uma pessoa diversificada (GROUP, 2021).

METODOLOGIA

O delineamento da metodologia baseia-se da natureza qualitativa do estudo, que parte do conjunto de indutores de análise, assim compreende-se tal natureza através de Cardano (2017) que classifica como qualitativa as pesquisas as quais apresentam:

> Um argumento persuasivo capaz de convencer a comunidade científica das razões e do interesse sobre a questão que deseja conhecer (seu significado teórico, sua relevância pragmática), sobre os procedimentos metodológicos adotados e ativados para construir a resposta à questão de pesquisa. (CARDANO, 2017, p. 12).

O cunho descritivo da pesquisa fica evidente levando em consideração o conjunto de diferentes apontamentos da etapa da coleta de dados demonstrados por meio da perspectiva de análise sistemática de elementos indicativos dos balizadores permissivos do entendimento dos fatores relacionando o comportamento do turista no pós-pandemia, na retomada das atividades. Com isso, pode-se considerar a pesquisa como descritiva, baseada no apontamento de Marconi et al. (2017) como aquela em que: “delineia o que é” e aborda também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, observando o seu funcionamento no presente”.

Os demais dados foram extraídos a partir de fontes documentais, as quais podem ser denominadas como fontes "que abrangem estudos, diagnósticos e avaliações vinculadas a pessoas e instituições", segundo Gehrke (2018) sendo coletadas por artigos, notícias e protocolos, no qual os mesmos foram referenciados neste material.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após dois anos de pandemia e uma intensa medida de restrição e isolamento, o setor turístico começa a retomada de suas atividades e desta forma os bons resultados em alguns setores começam a aparecer, mesmo que ainda não se tenha superado 100% a pandemia da covid-19.

Dados do Ministério do Turismo (Mtur), mostra um aumento na movimentação dos aeroportos do país, com isso é possível observar um maior estímulo na malha aérea nacional. Diante disso, foi constatado que o Brasil ganhou, durante os últimos meses do ano, várias novas rotas para localidades que foram reativadas e para aqueles que estavam sem o uso da atividade comercial (BRASIL, 2022).

Dentre as linhas aéreas, ganha destaque a Gol, onde obteve a oferta de mais de 30 novos voos domésticos, dentre esses, dez foram para destinos onde a empresa não havia linhas anteriormente. A empresa Latam também se mostrou bem ativa no ano de 2022, a mesma inaugurou voos para diversos aeroportos, além disso, a companhia ainda retornou com outras 10 rotas. Ainda como destaque, a companhia Azul, também lançou novas rotas, principalmente em percursos que partem para Goiás com 26 novas rotas (BRASIL, 2022).

Segundo dados da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), em julho deste ano, mais de 7,6 milhões de passageiros voaram pelo país, sendo considerado o melhor mês do ano, para o setor, sendo assim, se comparado ao ano de 2019, este número representa 89% do volume de passageiros transportados (BRASIL, 2022).

Outro setor do turismo que tem mostrado avanços na retomada é a hotelaria, segundo dados da Pesquisa do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), mostram uma crescente taxa de ocupação, o número é de 67,7% de janeiro a setembro deste ano. Desta forma, o ressalto vai para as regiões Sul e Sudeste,

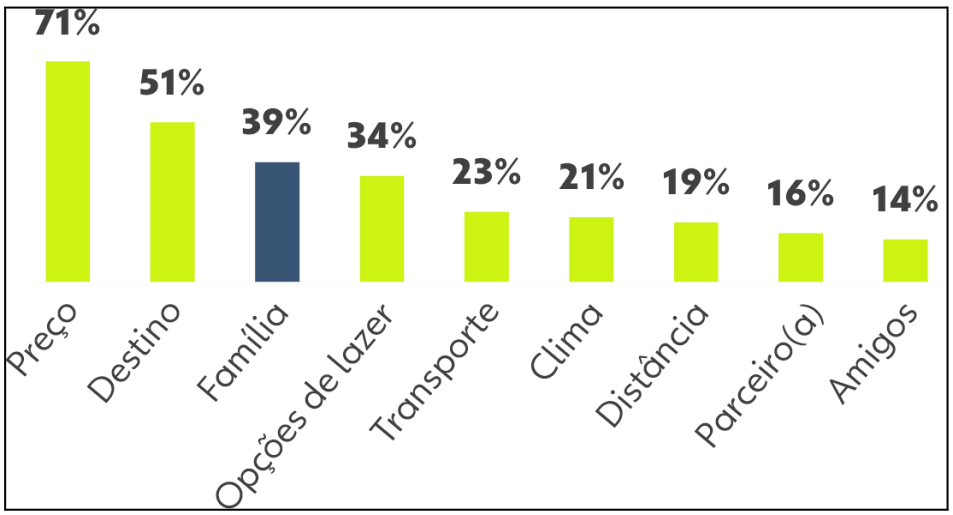
onde foi possível observar alta maior ao índice nacional, o que levou a 70,6% e 77,4% de movimentos, superando o ano anterior (FOHB, 2022).

O estudo ainda verificou qual o percentual de ocupação em algumas cidades do país, durante o período de janeiro a setembro. Sendo assim, dentre os principais municípios visitados foi possível notar aumento em Vitória com 27,5% e em Campinas com 169,8%, outras localidades também se mostraram à frente e com bons percentuais de ocupação (FOHB, 2022).

Ainda na pesquisa, foi feito levantamento do segmento no mês de setembro, onde foi possível observar uma alta de 26,1% no Brasil, esse número ultrapassa a marca de 62% da ocupação de leitos. Dentre as regiões que se destaca, o Norte e Nordeste são as que saem à frente, atingindo 67,3% e 64,1% ao mês (FOHB, 2022).

Segundo um estudo realizado pelo O Globo (2022), lazer aparece como o principal motivo da realização da viagem para 83% das pessoas, além disso, na maioria das respostas pretendesse viagens com a família, a mesma aparece em 3º lugar do ranking de motivações, outras razões podem ser, preço, destino, clima dentre outros, como mostra a figura abaixo.

Figura 1: Motivação de viagem



Fonte:Prado; Mariano, 2022.

Sendo assim, o cenário pós-pandemia para o setor do turismo, se apresenta com bom índice de retorno, é possível observar uma motivação de viagem em

território nacional, o que acaba por ser um bom indicativo para as atividades turísticas do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o conjunto de apontamentos, pode-se afirmar que após dois anos de pandemia, a retomada do setor turístico e por decorrência de todos os segmentos que o compõem indicaram retorno inicial restrito, contudo, após curto período tais indicadores têm elevado-se consistentemente, contrapondo-se ao período de estagnação vivenciado ao longo das restrições impostas pela pandemia da Covid-19.

Percebe-se que, o setor aéreo tem se destacado nesse processo de recuperação, em particular a partir da inauguração de novos voos em diversas companhias, assim como o crescimento do número de passageiros é significativa no segundo semestre de 2022, ou seja, o aumento de viagens domésticas assim como as internacionais apresenta crescimento gradual e consistente. Por decorrência, o trade turístico, a exemplo do setor hoteleiro, se beneficia com o restabelecimento das atividades aéreas, contribuindo para o aumento na taxa de ocupação de diversos hotéis.

Diante disso, ainda é possível dizer que dentre as motivações das viagens, os turistas optaram por momentos em família, sendo assim, os destinos devem se preocupar com a promoção de ofertas que atraiam esse público. É compreensível que os turistas voltaram desse período pós-pandemia, com muitas expectativas e muito mais preocupados com os locais que irão visitar, desta forma é necessário que as localidades transmitam essa sensação de segurança para os visitantes.

Além disso, os turistas estão em busca de ofertas e atrativos que os tragam novas experiências, além de estarem mais atentos a como estão sendo prestados os serviços a eles, acabam por ganham destaque empresas e localidades que tem como elemento subjacente a hospitalidade, devido ao acolhimento esperado pelos mesmo nessa nova fase. Nesse sentido, as empresas devem se preocupar com ações onde consigam gerar vínculo entre a oferta e a demanda de seus clientes, e buscar sempre estar em inovação.

O estudo caracteriza avanço para o campo da teoria, a partir do momento que se mostra de forma estruturada uma soma de percepções notáveis a respeito

do comportamento do consumidor, tendo como base a retomada do turismo e o consumo de seus serviços no período pós-pandemia.

Diante do exposto ao longo do estudo, sugere-se a amplificação do estudo, através de uma pesquisa na qual se consiga compreender com mais aprofundamento sobre os impactos da pandemia tanto no setor como no modo que os consumidores de turismo enxergam o setor nesta retomada.

O estudo traz importante contribuição para o entendimento dos efeitos da pandemia da Covid-19 no setor turístico ao compilar dados advindos de fontes oficiais e que - em essência - categorizam as evoluções e estruturas de funcionamento da retomada da atividade turística.

REFERÊNCIAS

ARES, Amanda Maria Medeiros López. **Impactos Econômicos da COVID–19 Propostas para o Turismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fgv, 2020. 25 p. Acesso em: 12 out. 2022.

BENI, Mario Carlos. Turismo e Covid-19: algumas reflexões. **Revista Rosa dos Ventos** - Turismo e Hospitalidade, [S.L.], v. 12, n. 3, p. 1-15, 12 jul. 2020. Universidade Caixias do Sul.

BRASIL, Agência. **Turismo brasileiro experimenta retomada após pandemia.** AgênciaBrasil. 2022. Disponível em : <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-07/turismo-brasileiro-experimenta-retomada-apos-pandemia >. Acesso em: 13 out. 2022

BRASIL. Victor Maciel. Ministério do Turismo. **Retomada de setor aéreo traz novos voos para o Brasil**. 2022. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/retomada-de-setor-aereo-traz-novos-voos-para-o-brasil. Acesso em: 28 out. 2022.

BROUDER, Patrick. Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a covid-19 world. **Tourism Geographies**, [S.L.], v. 22, n. 3, p. 484-490, 6 maio 2020.

CASTRO, Luiz Felipe. **Vacina trouxe esperança para o setor do turismo, que vê 2022 com otimismo**. 2021. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2021-11/com-vacinacao-setor-de-turismo-preve-retomada-das-viagens. Acesso em: 13 out. 2022.

Cardano, M. Manual de pesquisa qualitativa: a contribuição da teoria da argumentação. A contribuição da teoria da argumentação, Petrópolis. 2017.

FECOMERCIOSP. **Turismo nacional fatura R$ 152,4 bilhões em 2021**. 2022a. Disponível em: https://www.fecomercio.com.br/noticia/turismo-nacional-fatura-r-152-4-bilhoes-em-2021-1. Acesso em: 28 out. 2022.

FECOMERCIOSP (São Paulo). **Turismo brasileiro fatura R$ 17,6 bilhões em agosto**. 2022b. Disponível em: https://www.fecomercio.com.br/noticia/turismo-brasileiro-fatura-r-17-6-bilhoes-em-agosto-1. Acesso em: 25 out. 2022.

FECOMERCIOSP. **Faturamento do turismo nacional cresce 32,1%, em julho**. 2022c. Disponível em: https://www.fecomercio.com.br/noticia/faturamento-do-turismo-nacional-cresce-32-1-em-julho-1. Acesso em: 25 out. 2022.

FRANCÊS, Carlos Renato Lisboa et al. **Análise da Evolução da pandemia de Covid-19 no Brasil - o estado do Pará.** 2020. Disponível em: <https://portal.ufpa.br/images/docs/nota_tecnica_COVID19_RMB_01052020_VFinal.pdf >Acesso em: 12 de out. 2022

FICAGNA, Daniel Júnior. **O turismo lento no cenário pós-pandemia covid-19.** 2020. 86 p. 2020. Acesso em: 14 out. 2022

FOHB. Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. **RESULTADOS DO MÊS |**. 2022. Disponível em: https://fohb.com.br/wp-content/uploads/2022/10/InFOHB-182-Setembro.pdf. Acesso em: 28 out. 2022.

FICAGNA, Daniel Júnior. **O TURISMO LENTO NO CENÁRIO PÓS-PANDEMIA COVID-19**. 2020. 68 f. 2020. Acesso em: 13 out. 2022.

GROUP, Expedia. **Índice de valor do viajante**. 2021. Disponível em: https://host.expediagroup.com/content/dam/marketing/discovery/published-assets/trends-insights/pt_BR_Traveler_Value_Index_2021.pdf. Acesso em: 25 out. 2022.

GROLLA, B. **A importância dos feriados prolongados em 2020 para o setor turístico**. 2020. Disponível em: https://www.mercadoeeventos.com.br/noticias/hotelaria/artigo-a-importancia-dos-feriados-prolongados-em-2020-para-o-setor-turistico/. Acesso em: 27 out. 2022.

GEHRKE, M. **O Uso de Fontes Documentais no Jornalismo guiado por dados**. 2018. 130 f.

HONORATO, V. B. & VIOLIN, F. L. Astroturismo: uma análise no Parque Estadual Morro do Diabo, Teodoro Sampaio, São Paulo. **Turismo e Sociedade**, 12ed.vol. 3, p. 1-15, 2020.

LISBÔA, Rafael. **Bússola LIVE – Retomada do turismo: expectativas de crescimento**. 2022. Disponível em: Bússola LIVE – Retomada do turismo: expectativas de crescimento. Acesso em: 13 out. 2022.

MAGALHÃES, Rodrigo. **Turismo Pós-pandemia: Impactos e Tendências de Uma Grande Retomada**. 2022. Disponível em: https://americachip.com/turismo-pos-pandemia/. Acesso em: 12 dez. 2022.

NIEWIADOMSKI, Piotr. COVID-19: **from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?**. Tourism Geographies, [S.L.], v. 22, n. 3, p. 651-656, 5 maio 2020.

PRADO, Glauber; MARIANO, Thiago. **TURISMO PÓS-PANDEMIA: O QUE ESPERAR PARA O SETOR?** 2021. O Globo. Disponível em: https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-turismo-pos-pandemia-o-que-esperar-para-o-setor/. Acesso em: 25 out. 2022.

SOARES, J.R. **Impacto do Covid-19 no Comportamento do Turista Brasileiro**. Ceará: Uece, 2020.

Trigo, L. G. G. Viagens e Turismo: dos cenários imaginários às realidades disruptivas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.** 3 (14), 1-13, 2020.

VIOLIN, F. L. Motivators for the use of vehicle sharing services on demand in Brazil. **Journal of Globalization, Competitiveness and Governability**, Ed. 15, vol. 3, 2021.

VIOLIN, F.L.. Consumption inductors of displacement modes linked to ride-hailing in Brazil. **Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**, V. 14, 2022