

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LAIANE DE JESUS DOS SANTOS

“EU NÃO GOSTO DE VIAJAR”: UMA ANÁLISE INVESTIGATIVA SOBRE O
DESINTERESSE POR VIAGENS

PONTA GROSSA

2021

LAIANE DE JESUS DOS SANTOS

“EU NÃO GOSTO DE VIAJAR”: UMA ANÁLISE INVESTIGATIVA SOBRE O
DESINTERESSE POR VIAGENS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de
Turismo

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Graziela Scalise Horodyski

PONTA GROSSA

2021



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
Av. General Carlos Cavalcanti, 4748 - Bairro Uvaranas - CEP 84030-900 - Ponta Grossa - PR - <https://uepg.br>

DECLARAÇÃO - SECISA-DETUR

TERMO DE APROVAÇÃO

LAIANE DE JESUS DOS SANTOS

“EU NÃO GOSTO DE VIAJAR”: UMA ANÁLISE INVESTIGATIVA SOBRE O DESINTERESSE POR VIAGENS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 26 de março de 2021.

Graziela Scalise Horodyski (orientadora)

Mirna de Lima Medeiros

Franciele Manosso



Documento assinado eletronicamente por **Graziela Scalise Horodyski, Professor(a)**, em 05/04/2021, às 10:23, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Mirna de Lima Medeiros, Professor(a)**, em 05/04/2021, às 10:58, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Franciele Cristina Manosso, Usuário Externo**, em 05/04/2021, às 14:45, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Fernando de Souza, Professor(a)**, em 06/04/2021, às 14:47, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.uepg.br/autenticidade> informando o código verificador **0451635** e o código CRC **04FDF2CB**.

Dedico a todos que estiveram ao meu lado durante esse período de finalização do curso. Principalmente a minha família que acreditou no meu potencial, e a minha orientadora que acreditou em mim, e se fez presente e amiga para que eu pudesse finalizar esta jornada da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço grandemente a minha Orientadora Prof^a. Dr^a. Graziela Scalise Horodyski, por todo cuidado e paciência para que fosse possível a conclusão deste trabalho.

Agradeço a todos os professores do curso de Bacharelado em Turismo da UEPG, pelos ensinamentos do ramo profissional e para a vida.

Por fim agradeço aos meus pais e familiares pelo apoio e carinho diante de todo esse percurso de graduação em turismo.

O turista é o elemento central do fenômeno social chamado de turismo. Existe turismo sem praia, sem avião e até sem hotel, mas não existe turismo sem turista.(HIRATA; BRAGA, 2017)

RESUMO

Existem pessoas que não gostam de viajar. Buscar entender a visão e os motivos de desmotivação destes indivíduos pode ser uma oportunidade de reflexão sobre o marketing turístico e suas áreas de investigação. Para tanto, este trabalho teve como objetivo geral analisar quais são os motivos que levam as pessoas a não gostarem de viajar. Como objetivos específicos, buscou-se identificar pessoas que não consomem viagens, reconhecer fatores que desmotivam e geram o desinteresse em viagens, e apresentar propostas e direcionamentos para a comercialização de turismo para pessoas que afirmam não gostar de viagens. A metodologia utilizada foi uma pesquisa exploratória, qualitativa que usa como técnica a pesquisa narrativa. No total, seis pessoas foram entrevistadas. Como resultados, percebeu-se que existem fatores pontuais que impedem ou desestimulam algumas pessoas a viajar, destacando-se o medo e a ansiedade, considerados “freios” no marketing. Com base nos fatores investigados, pôde-se apresentar direcionamentos e propostas que podem auxiliar as estratégias de marketing na promoção e comercialização do turismo direcionado a este público.

Palavras Chave: Comportamento do consumidor; Freios no Marketing; Demanda turística; Desinteresse por viagens.

ABSTRACT

There are people who don't like to travel. Seeking to understand the vision and reasons for demotivation of these individuals can be an opportunity for reflection on tourism marketing and its areas of investigation. To this end, this work had the general objective of analyzing what are the reasons that lead people to dislike traveling. As specific objectives, we sought to identify people who do not consume travel, to recognize factors that discourage and generate disinterest in travel, and to present proposals and directions for the marketing of tourism to people who say they do not like travel. The methodology used was an exploratory, qualitative research that uses narrative research as a technique. In total, six people were interviewed. As a result, it was noticed that there are specific factors that prevent or discourage some people from traveling, highlighting fear and anxiety, considered "brakes" in marketing. Based on the investigated factors, it was possible to present guidelines and proposals that can assist marketing strategies in the promotion and commercialization of tourism directed to this audience.

Keywords: Consumer behavior; Marketing brakes; Tourist demand; Travel disinterest.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Modelo ABC de Atitudes	17
Figura 2- Fatores de Desinteresse	40
Quadro 1 - Fatores Psicológicos que influenciam a decisão de compra.....	16
Quadro 2- Tipos de demanda.....	18
Quadro 3 - Tipos de freios	19
Quadro 4 - Motivações	20
Quadro 5-Motivos para não viajar.....	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....	12
3 ESTUDOS SOBRE O CONSUMO.....	14
3.1 CONSUMO NO TURISMO	15
4 DEMANDA TURÍSTICA.....	16
5 METODOLOGIA.....	22
6 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS COLETADOS	24
6.1 PROPOSTAS E ENCAMINHAMENTOS	41
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

Diante de estudos relacionados ao comportamento do consumidor no turismo percebeu-se a oportunidade de estudar um grupo pouco explorado pelo marketing turístico que é aquele composto por pessoas que não gostam de viajar e, portanto, não se configuram como consumidores do produto turístico. Entende-se que é importante compreender quais fatores desmotivam as viagens, como forma de refletir se as empresas de turismo estão atingindo esse público, oferecendo serviços que correspondem aos seus anseios.

O surgimento do tema de pesquisa se deu pela curiosidade de investigar o comportamento dos “não turistas”, ou seja, pessoas que por variados motivos acreditam que viajar não é tão bom assim, contrariando o senso comum de que “todo mundo gosta de viajar”. Será?

Neste contexto, foi estabelecido o seguinte problema de pesquisa: quais são os fatores que levam as pessoas a não gostarem de viajar? Sendo assim tendo como objetivo geral analisar quais são os motivos que levam as pessoas a não gostarem de viajar. Assim foram determinados os objetivos específicos:

- a) Identificar pessoas que não consomem viagens;
- b) Reconhecer fatores que desmotivam e geram o desinteresse em viagens;
- c) Apresentar propostas e direcionamentos para a comercialização de turismo para pessoas que afirmam não gostar de viagens;

O trabalho é composto por Introdução, O Comportamento do Consumidor, Estudos sobre consumo, Demanda turística, Metodologia, Apresentação dos Dados Coletados, Propostas e Encaminhamentos, e Considerações Finais. Logo o capítulo do Comportamento do Consumidor aborda diferentes conceitos sobre o comportamento das pessoas perante ao mercado. Também apresenta um sub capítulo sobre comportamento do consumidor no turismo. No terceiro capítulo foi abordado estudos sobre o consumo e diferentes perspectivas segundo autores como Hirata e Braga (2017), Bardin (2009), Campbell (2009), Medeiros e Cruz (2006), Kotler (2000), Toaldo (1997), Featherstone (1995), Trigo (1993), Baudrillard (1970), entre outros. O quarto capítulo é composto por estudos da demanda turística. O quinto capítulo discorrera sobre a metodologia utilizada para a elaboração das técnicas de pesquisa. O sexto capítulo se compõem pela apresentação dos dados coletados com

a pesquisa, logo em seguida como subcapítulo são apresentados propostas e encaminhamentos para aplicação dentro do setor do turismo. E como último capítulo as considerações finais do trabalho.

É importante ressaltar que metade da coleta de dados foi realizada durante a pandemia Covid-19, em contrapartida mesmo com a situação atual foi possível a conclusão da pesquisa.

Portanto o presente tema da pesquisa é inovador, desta forma, pode vir a contribuir para diferentes segmentos do turismo com possíveis maneiras de inclusão dessas pessoas no meio turístico.

No próximo capítulo será discutido sobre o comportamento do consumidor.

2 O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Pesquisas apontam que cerca de 44% dos brasileiros nunca viajaram pelo Brasil, ou seja, não praticaram o turismo doméstico com a atividade de se deslocar para conhecer de perto a cultura do próprio país (MTur, 2017). Em contrapartida o *trade* turístico brasileiro apresenta forte interesse de efetivos e possíveis consumidores no turismo, isto é afirmado diante de pesquisas estatísticas realizadas, uma delas foi aplicada no Aeroporto de Guarulhos em São Paulo. A pesquisa indica que 94% dos brasileiros tem interesse em viagens (PANROTAS, 2019). Com estes resultados é demonstrado que o consumo está para muitos ainda como um desejo ou um sonho, mas existem barreiras que acarretam somente o interesse sem a efetiva realização da viagem.

O tema não consumo pode soar inusitado para profissionais da área do turismo e também para leigos na atividade turística, mas o fato é que, o não consumo está presente no campo do turismo por diferentes motivos. Estudar perspectivas de compreensão do não consumo, é uma maneira de exemplificar o tema em questão, tanto para o mercado turístico, quanto para os não turistas. A partir da compreensão destes motivos foi possível buscar maneiras de integrar esse público, minimizando esses desprazeres e possibilitando novas demandas em atividades turísticas.

A motivação por sair do habitual ou da rotina da semana não é comum para todos, pois mesmo em um mundo onde a tecnologia e as informações tomaram conta, gerando facilidades na hora de viajar, muitas pessoas ainda preferem por variados motivos não viajar. Esta preferência deve ser analisada, pois muitas vezes o foco se dá somente a demandas reais e se esquece das pessoas que optam por ficar em casa. O “consumo é dado à prática que leva as pessoas a adquirirem algo relacionado à necessidade e/ou sobrevivência” (BARDIN, 2009, p.41), mas é importante ser consciente de que nem todo consumidor deseja consumir o turismo.

Entender a demanda é um processo que exige determinado esforço, que proporciona informações para que o que está sendo ofertado esteja de acordo com a procura. “O produto ou oferta alcançará êxito se proporcionar valor e satisfação ao comprador-alvo. O comprador escolhe entre diferentes ofertas com base naquilo que parece proporcionar o maior valor” (KOTLER, 2000, p.33). Segundo Trigo (1993, p.27) “a informação bem administrada é mercadoria muito valiosa”. Diante disto, se vê a grande importância de estudar os “não turistas”, pois a partir de dados coletados e

entendimento dos motivos negativos, abre as portas para estudar possíveis sugestões, visando atender e confortar esses aspectos que impedem o não turista a se deslocar para destinos turísticos.

Compreender as necessidades e os desejos dos clientes nem sempre é uma tarefa fácil. Alguns consumidores têm necessidades das quais não têm plena consciência. Ou não conseguem articular essas necessidades. Ou então empregam palavras que exigem alguma interpretação.” (KOTLER, 2000, p.43)

A compreensão de cada consumidor faz com que haja uma distinção entre os mesmos, e elimina a maneira de estereotipar essas pessoas, assim, criando produtos específicos para aquele determinado consumidor, e não somente classificando grupos de pessoas por algumas características iguais como por exemplo a faixa etária de cada um.

“O comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos” (KOTLER, 2000, p.183), e o não consumo do turismo pode ser por diversos motivos que podem vir a surpreender, desde medos, burocracia, questões financeiras e também exaustão do deslocamento.

Hirata e Braga (2017) salientam que, “o turista é o elemento central do fenômeno social chamado de turismo. Existe turismo sem praia, sem avião e até sem hotel, mas não existe turismo sem turista

Contudo no próximo capítulo será tratado sobre o estudos sobre o consumo.

3 ESTUDOS SOBRE O CONSUMO

Baudrillard (1970), assegura que o ato de consumir faz parte da rotina de suprir os desejos e necessidades de cada pessoa no seu dia a dia. Desde o momento em que se levanta da cama e se alimenta com o café da manhã são utilizados diferentes produtos para consumo, como a marca do café e até a manteiga que será passada no pão.

Há diferentes visões e conceitos sobre o consumo, visto que existem diversas nuances que podem interferir direta e indiretamente na escolha do consumidor,

Alguns dos principais autores discorrem sobre a importância de fatores culturais e socioculturais que fazem parte do consumo. Featherstone (1995, p.8) ressalta que primeiramente a cultura de consumo se expandiu através do capitalismo e diante disto se tornou comum o aumento das compras e consumo de bens entre as pessoas. Baudrillard (1970, p.30), conceitua consumir como um ato e troca de significados culturais e sociais que se tornam uma forma de interação social. Baudrillard (1970, p.33) ainda afirma que “as necessidades não produzem o consumo, o consumo é o que produz as necessidades”.

Para Toaldo (1997, p.89), “muitas vezes, procura-se justificar as práticas consumistas em torno de descoberta das necessidades e da procura de objetos para satisfazê-las”.

Medeiros e Cruz (2006, p.7), salientam que “cada ser humano possui uma personalidade distinta, que influenciará seu comportamento de compra”.

Campbell e Barbosa (2009, p.25) partem do pensamento de que “o consumo, por conseguinte, tornou-se um campo de investigação complexo, que engloba várias atividades, atores e um conjunto de bens e serviços.

Contudo o posicionamento pessoal vem tomando conta durante esse período de transição, e é possível observar o quanto os consumidores se apresentam educados e informados para o consumo de viagens, Campbell (2009, p.55) já afirmava que “o consumidor está mais qualificado do que qualquer “especialista” para julgar que tratamento mais lhe convém”, o que significa que o consumidor a cada passo se torna mais exigente, sujeitando que o mercado turístico se adapte para bem atender. Os conceitos de consumo seguem muitos caminhos, mas o que não muda é o pensar no produto para produção e comercialização do mesmo se preocupando não somente com a venda, mas com o consumidor.

Logo no próximo capítulo será discorrido sobre o consumo turismo.

3.1 CONSUMO NO TURISMO

O consumo no Turismo leva em consideração o desejo pelo novo, pelo desconhecido e pelo que é idealizado no imaginário dos turistas. Perante isto é produzido e desenvolvido produtos que possam despertar o interesse em possíveis consumidores.

Horodyski (2014, p.1), aborda que mesmo com estudos que investiguem as motivações que afetam a decisão de compra do consumidor, ainda é preciso um maior aprofundamento no que diz respeito a compra de um destino turístico.

Cobra (2001, p.63), já dizia que o consumidor se tornaria o “ditador de regras do mercado” e desta forma as empresas e provedoras de produtos deveriam se adaptar e investir no bem atender das demandas, caso contrário, a decadência causaria a mortalidade do mercado.

Para Pereira (2017, p.1) o “comportamento do consumidor pode ser o melhor caminho para desenvolver, promover e vender os produtos e serviços do turismo”, e ainda argumenta que através do entendimento do que o turista necessita, produz – se um gancho para o desenvolvimento do turismo, desta forma integrando pessoas, gerando renda, transformando e contribuindo para a igualdade perante a comunidade local, preservando e conservando o espaço e ainda inteirando para um aumento de qualidade de vida.

“As principais variáveis que identificam o comportamento do turista demandam em termos físicos, sendo eles: a influência e os visitantes, as viagens ou deslocamentos que realizam e os serviços que utilizam” (TALAYA, 1996, p.41).

O processo de decisão de compra e consumo no turismo se definem por aspectos como o que o destino tem a oferecer como atração, a composição de acessibilidade e facilidades, as expectativas do turista, o quanto deseja gastar e o tempo que permanecerá no destino (GUADANI; ARUCA; ARAUJO, 1996, p.25).

Para tanto, os estudos no que diz respeito ao consumo se sustentam diante da perspectiva da demanda, onde será discutido no próximo capítulo.

4 DEMANDA TURÍSTICA

A demanda turística pode ser compreendida “como uma movimentação, de curto prazo, de pessoas para lugares algo distante do local em que residem regularmente, com a finalidade de usufruir atividades prazerosas” (SWARBROOKE, 2002, p.24). O autor ainda discorre que “uma compreensão dos processos das necessidades, atitudes e tomadas de decisão permitirá ao administrador de marketing aperfeiçoar o seu processo de tomada de decisões” (SWARBROOKE, 2002, p.29).

Beni (1998, p.237) salienta que “as pessoas que se deslocam temporariamente de sua residência habitual, com propósito recreativo ou por outras necessidades e razões, demandam a prestação de alguns serviços básicos”. Ainda Beni assegura que é necessário saber os fatores influenciadores, que afetam individualmente cada pessoa para viajar, desta forma, segmentar o turismo em diferentes aspectos como negócios, férias e status social (BENI, 1998, p.243).

Com o quadro 1 a seguir é possível compreender alguns fatores psicológicos que segundo Beni (1998, p.266 – 268), influenciam a demanda na decisão de compra:

Quadro 1 - Fatores Psicológicos que influenciam a decisão de compra

Fatores Psicológicos que influenciam a decisão de compra	
Percepção	É quando a pessoa seleciona, organiza e interpreta o produto, logo, formam-se percepções diante dos dados atuais e dados que o indivíduo já tem de experiência
Características da Percepção	Divididas em: <ol style="list-style-type: none"> 1. Subjetividade - Vê se o que quer e ouve-se o que deseja ouvir 2. Seletividade - seleção do que julga ser interessante e relevante 3. Ponderação – Reavaliação do valor dos elementos que foram escolhidos
Aprendizado	Mudanças de conduta após experiências anteriores
Personalidade	Diz respeito as características do indivíduo, o que o distingue dos de mais
Motivos	Razões que levam a realização de uma viagem
Atitudes	São as predisposições individuais, ou seja, é como determinada pessoa reage a produtos e serviços

Fonte: Elaborado com base em Beni (1998)

Esses fatores segundo Beni (1998), possibilitam com que seja possível observar que o processo de compra vai muito além de uma mera opção, mas sim, pontos específicos ligados inteiramente com a percepção, aprendizado, personalidade, motivos e atitudes da demanda. Dentre esses fatores é importante destacar as atitudes, pois, de acordo com Solomon (2002, p.167), existem três componentes ligados um ao outro, sendo eles o “afeto, comportamento e cognição”.

A seguir é representado através da figura 1 o Modelo ABC de atitudes segundo Solomon (2002, p.167):

Figura 1- Modelo ABC de Atitudes



Fonte: Elaborado pela autora, 2021

Solomon, (2002, p.167) “discorre que o afeto, comportamento e cognição podem ser lembrados como o modelo ABC de atitudes (*Affect, Behavior, Cognition*)”. Segundo o autor, “O modelo enfatiza as inter-relações entre conhecer, sentir e fazer”, ou seja, quanto mais os profissionais se aperfeiçoarem em quesitos ligados a reação dos compradores e qual o sentimento em relação a determinado produto, melhores serão os resultados. Portanto destinos turísticos devem estudar esses fatores psicológicos para conhecer a demanda.

Dando início a outras perspectivas que fazem parte dos estudos de demanda é interessante estudar outros fatores que implicam diretamente no consumo e na sazonalidade da demanda como, mudanças demográficas, padrões sociais, poder econômico de determinada região e crises econômicas (SWARBROOKE, 2002). É relevante ressaltar que se referindo ao poder econômico, “o preço quase sempre parece ser uma constante, não importando o setor do turismo em questão” (SWARBROOKE, 2002, 210).

Dentro dos estudos é considerável descrever os tipos de demanda existentes. De acordo com Kotler (2000, p.28), segue quadro 2 demonstrativo:

Quadro 2- Tipos de demanda

Demandas	Conceitos
Demanda negativa	O marketing deve procurar entender o que afeta a demanda negativa para determinado produto e reverter as estratégias, ou seja, ela ocorre quando as pessoas não gostam ou não aceitam determinado produto ou serviço fornecido pelo mercado
Demanda inexistente	O marketing deve buscar meios de emergir os benefícios com as necessidades das pessoas, ou seja, ocorre quando os possíveis consumidores não se interessam ou desconhecem de determinados produtos e serviços
Demanda latente	O marketing precisa analisar o mercado e buscar por novos produtos que possam satisfazer a demanda, ou seja, ocorre quando existe um desejo não satisfeito ainda, onde os consumidores almejam a inovação e criação de novos produtos ou adaptação de produtos já existentes
Demanda em declínio	O marketing deve buscar contornar a situação da demanda e através da criatividade reverter o declínio, ou seja, ocorre quando acontece um declínio no consumo de determinado produto ou serviço
Demanda irregular	Através do sincromarketing é possível estabelecer determinantes que mudem o padrão da demanda, ou seja, a demanda irregular ocorre por conta da sazonalidade anual como um todo. Através de alteração de valores e promoções é possível manter o equilíbrio na demanda por produtos ou serviços
Demanda plena	O marketing consiste em manter a qualidade do produto e satisfazer os consumidores perante a concorrência, ou seja, ocorre através de pleno equilíbrio entre todos os fatores que compõem a demanda
Demanda excessiva	O demarketing tem como função desestimular a demanda como com preços mais altos afim de reduzir a mesma, ou seja, ocorre quando existe o excesso de demanda por determinado produto ou serviço

Demanda indesejada	O marketing deve ocasionar repulsa aos consumidores, fazendo com que as pessoas deixem de apreciar determinado produto, ou seja, ocorre quando à procura por produtos ou serviços que prejudiquem a saúde, é importante desestimular o consumo de determinado produto como com imagens emblemáticas atrás de carteiras de cigarro
--------------------	---

Fonte: Elaborado com base em Kotler (2000)

O quadro 2 apresenta os conceitos relacionados a demanda, negativa, inexistente, latente, em declínio, irregular, plena, excessiva e indesejada. De acordo com Kotler, (2000), o mesmo expõe tanto a forma de aplicação como o conceito do que é determinada demanda. Essas classificações são fundamentais no que diz respeito a entender e tomar decisões diante de situações específicas no *trade* turístico.

Partindo para outras perspectivas relacionadas a demanda, segundo Karsaklian (2000, p.19) “o ato de compra não surge do nada. Seu ponto de partida é a motivação, que vai conduzir a uma necessidade, a qual, por sua vez, despertará um desejo”. Karsaklian (2000, p.19), ainda conceitua o “Autoconceito: o consumidor tenderá a escolher um produto que corresponda ao conceito que ele tem ou que gostaria de ter de si mesmo”.

Em contrapartida existem algumas barreiras que podem interferir nas motivações dessas pessoas, o que segundo Karsaklian (2000, p.33), teriam sentido contrário à motivação o qual são os freios, onde está diretamente ligada ao produto, onde esses freios se encaixam diretamente com as desmotivações dos “não turistas”.

Os freios podem ser divididos em dois tipos segundo Karsaklian (2000, p.33), sendo eles “as inibições e os medos”, como é representado a seguir no quadro 3 demonstrativo:

Quadro 3 - Tipos de freios

Freios	
Inibições	As inibições advém de como a pessoa é vista sobre os de mais, ou seja, ela está inteiramente ligada à como a pessoa pode ser julgada mundo a fora
Medos	Os medos estarão ligados diretamente a pensamentos que envolvam riscos tanto físicos como financeiros

Fonte: Elaborado com base em Karsaklian (2000)

Diante destes freios como é representado no Quadro 3, Karsaklian (2000, p.34) salienta que “a função dos profissionais de marketing diante dos freios é o de tentar reduzi-los, proporcionando maior segurança e oferecendo garantia aos consumidores. Os freios não podem ser eliminados, somente reduzidos”.

De acordo com Krippendorf (2009, p.36) “Para o homem em estado de carência, a nossa sociedade oferece o turismo, as férias longe do universo cotidiano”. “A necessidade de relaxamento é reconhecida e orientada para o turismo e transformada em viagem. No entanto, essa necessidade poderia, em muitos casos, ser satisfeita em casa, se fossem criadas melhores condições” (KRIPPENDORF, 2009, p.36).

O estudo de Krippendorf (2009) encontrou diversas motivações para o turismo (Quadro 04):

Quadro 4 - Motivações

Porcentagem	Por que você realizou uma viagem?
64%	Para desligar, relaxar
57%	Para fugir da ida diária, muda de ambiente
51%	Para recuperar as forças
40%	Para estar em contato com a natureza
40%	Para termos tempo um para o outro
35%	Para comer bem
34%	Para descansar, não fazer nada, não fazer esforços
34%	Para ir de encontro ao sol e fugir do mau tempo
34%	Para estar com outras pessoas, ter companhia
31%	Para fazer o que quiser, ser livre
30%	Para ter ar puro, água limpa, fugir do ambiente poluído
29%	Para ter muitas distrações, brincar, me divertir
29%	Para adquirir novas impressões, conhecer outros lugares
26%	Para ver outros países, ver o mundo
26%	Para ter a possibilidade de me mexer, de ter atividades esportivas fáceis e divertidas
23%	Para ser tratado com deferência, para me dar prazer
22%	Para adquirir conhecimentos
19%	Para cuidar as saúde, prevenir doenças
19%	Para rever parentes, conhecidos, amigos
18%	Para cuidar da beleza, para bronzamento
18%	Para alargar os horizontes, cultivar a própria educação e o saber

17%	Para reavivar as lembranças
16%	Para me dedicar aos meus interesses
15%	Para pegar a estrada
13%	Para fazer uma introspecção, ter tempo para refletir
12%	Para praticar bastante esporte, ficar em forma
9%	Para partir em busca de aventura, assumir riscos, fazer face ao insólito
7%	Para me dedicar aos meus hobbies

Fonte: Adaptado de Krippendorf, 2009 (p. 43-44)

O autor Krippendorf (2009, p. 44) afirma que esses “motivos para viajar podem se alterar de acordo com as tendências do mundo, e que não existem fórmulas para chegar em conclusões convincentes”, ainda salienta que “é possível que a verdade não se encontre em algum ou outro estudo, mas que estará na mistura das diferentes interpretações”. Esses estudos comprovam o quanto estudar o consumo e a demanda se tornar complexo diante de tantas nuances e perspectivas.

O próximo capítulo é composto pela metodologia utilizada no trabalho.

5 METODOLOGIA

A metodologia utilizada teve como objetivo analisar e interpretar dados, desta forma sendo de cunho exploratório, possuindo um caráter qualitativo visando descrever a versão dos “não turistas” sobre aspectos negativos que os impedem de viajar. A análise feita se resultou através de uma entrevista narrativa com os “não turistas” que se disponibilizaram para contar sua história. A localização dessas pessoas se deu por indicação de colegas, professores e familiares. No total, 6 pessoas foram escolhidas para a realização desta pesquisa. De acordo com Horodyski (2014, p.216) as “pesquisas narrativas são metodologias qualitativas, e por isso, não necessitam de amostragem, tampouco de questionários ou formulários”.

. Desta forma foi proposto uma conversa individual para análise de cada uma indiretamente, onde uma das questões estabelecidas foi a não divulgação das identidades de cada entrevistados.

É importante deixar claro que apenas 4 entrevistas ocorreram através de uma conversa presencial, as outras 2 foram possíveis através do aplicativo de comunicação WhatsApp devido a uma pandemia mundial, a qual segundo o Ministério da Saúde está sendo “o novo agente do coronavírus, descoberto em 31/12/19 após casos registrados na China. Provoca a doença chamada COVID-19”, (GOV.BR, 2020).

A metodologia utilizada foi baseada na pesquisa de Horodyski (2014), onde a autora descreve que para que o resultado seja efetivo é necessário que o pesquisador conheça com profundidade o tema a ser investigado. Sendo assim facilita a escolha de entrevistados adequados, melhor definição do ambiente para ocorrer a entrevista, qualifica a condução das conversas, e essas conversas devem ser gravadas e subsequentemente transcritas.

De forma sistemática a pesquisa seguiu as seguintes etapas:

1. Pesquisa bibliográfica
2. Elaboração dos instrumentos de pesquisa
3. Identificação dos indivíduos aptos para a pesquisa
4. Aplicação da pesquisa narrativa
5. Transcrição das entrevistas
6. Análise dos dados

Contudo o próximo capítulo apresentará discussão dos dados coletados, e a seguir um subcapítulo sobre propostas e encaminhamentos.

6 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS COLETADOS

Este capítulo contém todos os dados coletados na pesquisa, composto por: transcrição das entrevistas, resultados e agrupamento de manifestações de desinteresses.

Conforme já foi discutido na introdução, essas pessoas foram escolhidas através de indicação de colegas por meio de conversas

A seguir são transcritas todas as 6 entrevistas:

Entrevistado A

A entrevistada "A" é do sexo feminino e atualmente se enquadra como do lar. Durante a entrevista transpareceu sinais de tranquilidade e disposição para conversar sobre o tema.

Segue abaixo cada detalhe de como foi a conversa com a entrevistada.

Pesquisadora: Então, como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistada: Preocupada, nem me desloquei e já penso em voltar

Pesquisadora: Mas preocupada com o que?

Entrevistada: Medo que me aconteça alguma coisa, que aconteça alguma coisa com quem me acompanha, no trânsito, enfim, muitas coisas me levam a sentir medo

Pesquisadora: Então você tem medo do veículo no trânsito e medo com as pessoas?

Entrevistada: Podem fazer alguma coisa com quem está junto comigo, alguém em público, alguém que está por ali onde vou, ou se alguém está dirigindo ao meu lado, eu fico preocupada, demoro relaxar dentro de um carro, dentro de um ônibus

Pesquisadora: Você se sente presa?

Entrevista: O corpo dói, a boca fica presa e fechada demais

Pesquisadora: Então no percurso você já sente medo?

Entrevista: Sim, já estou sentindo esse medo, e quando estou me afastando da minha cidade eu sinto dó de deixar e depois quando estou na viagem, estou voltando aí fico com dó de sair de lá onde estive, fico olhando, penso se algum dia voltarei aqui, também penso por gastar dinheiro, mas é que não gosto mesmo, pois já fui convidada para viajar sem custos nenhum

Pesquisadora: Mesmo bancada não quis ir?

Entrevistada: Não, eu não gosto mesmo de viajar

Pesquisadora: E você já realizou muitas viagens? Quais foram elas? Para onde você foi? Desde quando era nova, nem que seja de trem, pois você já me disse que viajou de trem

Entrevistada: Já viajei de trem com minha tia quando era nova, e eu chorava porque não gostava

Pesquisadora: Por que você não gostava de viajar de trem?

Entrevistada: Não gostava de viajar, não é questão do trem, eu não gosto de viajar, tinha dó de deixar minha mãe, ia mas ia triste, e tem vários motivos, tenho medo de

chegar em um hotel ou barzinho e fazer algo de errado e passar vergonha, ou fazer o outro passar vergonha

Pesquisadora: E quais os lugares que você já foi?

Entrevistada: Valinhos em SP, Aparecida do Norte em SP, Ipiranga, para Palmeira, Lapa, São João do Triunfo...

Pesquisadora: Na Lapa você já foi, o que visitou Lapa?

Entrevistada: Na Lapa tinha Museu, Gruta, várias coisas, vários pontos turísticos para ver

Pesquisadora: Então você visitou coisas relacionadas ao Turismo religioso?

Entrevistada: Sim, e no ônibus quando fui para Aparecida do Norte fiquei tão tensa, que quando cheguei em casa meu corpo doía todo, e minhas pernas sentiam muita câimbra, parece que tinha me feito mal e me sentia travada, sem sentir fome, o que sentia era sede, mas não gosto de ficar tomando água porque tenho que ficar indo ao banheiro

Pesquisadora: E o que você gosta de fazer no seu tempo livre? Finais de semana e feriados, o que você gosta mesmo de fazer?

Entrevistada: Eu gosto de conversar com a família e se reunir para tomar chimarrão, ficar conversando sobre algum passado bom

Pesquisadora: Mas e se você levasse todo mundo com você, até os cachorros e chimarrão junto? Não ajudaria você? Ou você acha que não, mesmo assim ficaria preocupada na hora de viajar, e lá também ficaria apreensiva com medo de fazer algo errado

Entrevista: Tenho medo de aconteça algo comigo ou para alguém que está ali, em uma lanchonete ou restaurante

Pesquisadora: Mas se você simplesmente fosse para a praia, e levasse todos seus parentes próximos de você, e vocês alugassem uma casa, vocês não teriam contato com ninguém, uma casa simples, uma casa sem ter luxo, e vocês se reunisse como se reúne aqui com todos, estaria fora da sua casa mas basicamente com tudo que tem aqui, a diferença é que seria em outra cidade, você acha que seria melhor?

Entrevistada: Até poderia ser, mas sou uma pessoa muito preocupada, se alguém for na água e fazer brincadeiras estranhas, fico com medo pelas pessoas

Pesquisadora: Então você acha que não mudaria nada?

Entrevistada: Isso mesmo

Pesquisadora: Então ficar em casa para você é uma opção boa ou ruim?

Entrevistada: Boa

Pesquisadora: Então os motivos de você não costumar viajar são esses que você justificou?

Entrevistada: Isso, sem dúvidas

Pesquisadora: Então finalizamos, muito obrigada!

Entrevistada: Eu que agradeço

Partindo para análise, a primeira entrevistada manifestou sinais de medo, vergonha, emoção, apreensão e também o nervosismo diretamente relacionados a viajar. Estas presentes manifestações identificam e exemplificam que atividade turística não é uma opção boa para todos, e que sim, existem pessoas que preferem usufruir do sossego de casa ao invés de fugir do habitual.

Durante a entrevista foi possível perceber que em nenhum momento a entrevistada demonstrou apreensão ou alguma outra atitude de nervosismo ao decorrer da conversa. Portanto é possível identificar que a mesma pode conversar tranquilamente sobre o assunto.

Entrevistado B

O entrevistado “B” é do sexo masculino e atualmente é universitário. Ao decorrer da entrevista demonstrou sinais de ansiedade e nervosismo durante a conversa.

Segue abaixo cada detalhe de como foi a conversa com o entrevistado.

Pesquisadora: Então, como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistado: Depende, no meu caso os únicos meios de transporte que eu usei para fazer viagem foi carro e ônibus, então, como eu me sinto, geralmente eu não gosto muito tanto de uma quanto de outra, por causa dos perigos na estrada, então eu não me sinto bem, pode ser que seja parente, amigo seja quem for que estiver dirigindo eu não me sinto tão bem.

Pesquisadora: Você não se sente muito à vontade?

Entrevistado: Não, eu não me sinto muito à vontade, porque até por exemplo eu faço Física, então eu entendo que mínimas alterações são suficientes para você ter algum acidente ou algo assim. E muitas vezes eu fico “Ai meu deus” imagina se acontece isso

Pesquisadora: Por conta de você já ter um histórico de estudos?

Entrevistado: É, não chega a ser um pânico, não é algo que eu fico louco assim

Pesquisadora: Você não sente a sensação de estou bem aqui, estou curtindo a estrada?

Entrevistado: Não

Pesquisadora: Porque assim, contando sobre mim, eu também tenho um pouco desse medo, mas eu gosto de estar ali no carro olhando a paisagem, a estrada, mas eu também tenho esse medo

Pesquisadora: E assim, você já realizou muitas viagens?

Entrevistado: Não, sempre fiz viagens padrões para Castro que é perto e tem parte da família lá, mas o máximo que eu já fui eu acho que foi para São Paulo que fui para Campinas uma vez, Campinas e Piracicaba, realizei a viagem de ônibus

Pesquisadora: Você foi sozinho?

Entrevistado: Fui sozinho, e até que foi relativamente tranquilo, o motorista bem tranquilo a viagem toda, não correu muito, não parecia ter perigo, não teve nenhum problema na viagem também, e essa foi o máximo que eu já fui. Mas no geral eu fiz

poucas, visitei poucos lugares diferentes por aí, para praia eu vou também, mas faz um bom tempo que eu não viajo também

Pesquisadora: Praia você foi com a família? De carro?

Entrevistado: Sim, todas as vezes fui com a família de carro

Pesquisadora: E assim, o que você gosta de fazer no seu tempo livre? Quando tem tempo no final de semana, você não está estudando e está com o tempo livre, o que você faz?

Entrevistado: Eu gosto de jogar basquete por exemplo, ou até jogar jogo no computador essas coisas, só que não em épocas letivas que nem agora que eu estou cursando, então eu acabo não tendo tempo para isso em nem espaço no computador porque tem os programas da faculdade, ou no caso seria até o principal eu saio para algumas festas no final de semana se sobra um tempo é a maneira que eu mais aproveito

Pesquisadora: Eu soube que você é diretor de uma atlética

Entrevistado: Sim, eu sou da diretoria de uma Associação Atlética Acadêmica, e aí a gente acaba dando festa, na verdade nós só demos uma festa, mas é comum essas associações darem festas para arrecadar dinheiro para poder aplicar o dinheiro para promover o esporte, pagar treino dos acadêmicos nesse sentido

Pesquisadora: E vocês não fizeram alguma viagem para jogar em algum lugar?

Entrevistado: Então, isso acontece, isso existe, tem por exemplo campeonato entre cursos específicos ou até atléticas de cursos específicos que eles se competem, daí por exemplo no Paraná inteiro, como de Engenharia, e aí o que acontece, já fui convidado por amigos, mas aí é que tá, já piora para mim a questão do perigo da viagem fico com mais medo ainda já que como é um viagem de festa eu fico mais preocupado ainda, por que acaba sendo um pouco mais perigos, por mais que, não posso garantir que o motorista vai beber, claro que eles tem regras, mas acontece esses eventos e no caso a gente não chegou a ir não, a minha Associação não porque a gente é recente, então a gente não teve ainda essa oportunidade.

Pesquisadora: Então para você ficar em casa para você é uma opção boa ou ruim?

Entrevistado: É uma opção boa, no geral é uma opção boa, então por exemplo nas férias, ficava passando o tempo em casa, como é raro ir viajar, claro que eu tenho vontade de sair viajar para algum lugar ou outro um dia, mas não nesse exato momento assim, até porque as vezes uma questão de dinheiro mesmo, porque eu até posso ter por exemplo no caso conseguir dinheiro com minha mãe para viajar, mas

não ter dinheiro suficiente para gastar lá e curtir os pontos turísticos dependendo de quais forem os pontos turísticos. No próprio Brasil não me vem na cabeça um lugar, que eu pense que quero ir, mas mundo a fora. Mas caso eu tenha oportunidade no futuro eu vou aproveitar no Brasil sim

Pesquisadora: Então no caso o motivo que fica mais claro no geral se for analisar agora você não viaja por ter uma preocupação

Entrevistado: Medo, medo mesmo o principal é esse

Pesquisadora: Então é isso, obrigado!

O segundo entrevistado manifestou questões relacionadas ao fator econômico e também sinais parecidos e iguais ao da primeira entrevista, ou seja, medo, preocupação e ansiedade. O que tem de diferencial é que o mesmo não desqualifica a possibilidade de viajar no futuro, e que para ele neste momento o seu medo é um dos empecilhos maiores, o que acarreta a escolha de preferir ficar em casa.

Entrevistado C

O entrevistado “C” é do sexo masculino e é ex aluno do curso de turismo. O mesmo se demonstrou tranquilo durante a conversa.

Segue abaixo cada detalhe de como foi a conversa com o entrevistado.

Pesquisadora: Como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistado: Eu me sinto ansioso pelo destino não pôr como vou chegar lá, nunca viajei de avião só de ônibus, mas acho que seria a mesma coisa ficar sentado em um lugar cheio de pessoas que eu não conheço por mais de umas duas três horas assim eu acho ruim demais

Pesquisadora: Você já pensa nisto antes?

Entrevistado: Sim, imagina de avião que tem viagens de 6 horas em um lugar fechado, para mim isso que incomoda mais é o transporte para chegar lá. Mas quanto em ir para o local um pouco ansioso, mas o que me deixa um pouco desanimado é o transporte.

Pesquisadora: E carro?

Entrevistado: No geral eu acho um transporte meio desconfortável, nem que seja um carro “top, bacana”, permanecer sentado ali é desconfortável.

Pesquisadora: Vamos supor que fosse em um fretamento de avião com sua família ou com amigos, isso muda? Para você compensa mais o transporte?

Entrevistado: Eu acharia desconfortável do mesmo jeito, iria sim, mas eu acho desconfortável.

O problema não é a companhia em si, também auxilia, mas é mais como tempo que vou ficar ali e o jeito que vou ficar ali. Como você falou do fretamento, ficar sentado ali por muito tempo faz com que eu me sinta um pouco claustrofóbico de ficar fechado.

Pesquisadora: E você já realizou muitas viagens na vida?

Entrevistado: Realizei, tive chances de fazer mais, mas não fiz por conta disto, eu acho que fiz contabilizando eu não vou saber, acho que uns 40 % das chances que eu tive que eu fiz só, mas por não querer ir ou sair de casa para esquentar a cabeça.

Pesquisadora: E que você se sentiu com as viagens do curso, quando íamos de ônibus?

Entrevistado: Como eu disse para você no local foi bem tranquilo, que aí você já está lá, mas na viagem ficar no ônibus, principalmente para Foz do Iguaçu que é uma

viagem longa, duas horas de viagem eu já estava de saco cheio sentado ali, a perna já estava formigando, lugar fechado calor, complicado!

Pesquisadora: E assim, O que você gosta de fazer no seu tempo livre, final de semana e feriados?

Entrevistado: Eu gosto mais de sair para sair de casa ou depende do meu humor, se eu estiver com um humor alegre assim, eu gosto de sair de casa para pedalar em lugares diferentes na cidade mesmo, em deslocamento muito longo eu não gosto de fazer, prefiro ficar aqui.

Pesquisadora: Mas e se fosse uma viagem que você tivesse muito interesse relacionada a ciclo turismo, diminui sua ansiedade? De ficar dentro do ônibus ...

Entrevistado: Eu acho assim que um ciclo turismo indo e saindo e voltando pedalando era bem melhor, seria cansativo eu ia precisar de um preparo grande físico, porque o pessoal percorre as vezes uns 300 km de bike, tem que ter um preparo físico bom, então acho que seria para mim mas confortável passar por esse treinamento ter esse preparo físico do que pegar um transporte ficar sentado ali

Pesquisadora: Então para você ficar em casa é uma opção boa ou ruim?

Entrevistado: Depende do contexto, ficar em casa por muito tempo eu acho algo não muito legal, eu acho bacana sempre fazer atividades ao ar livre

Pesquisadora: Então assim, no caso da opção boa ou ruim você acha bom sair de casa, mas você prefere não viajar

Entrevistado: Isso isso, ficar em casa tipo só se estiver muito cansado e não tiver alguma coisa para fazer bacana, mas atividade ao ar livre assim, mas sem ter que viajar

Pesquisadora: Então é isso, obrigado!

O terceiro entrevistado demonstrou que sofre de ansiedade durante a viagem como os demais entrevistados. Algo a destacar é a presente afirmação do mesmo com relação a se sentir claustrofóbico durante o deslocamento. Essa presente sensação de claustrofobia ocorre segundo ele por ficar muito tempo em um lugar fechado com mais pessoas, sejam elas conhecidas do entrevistado ou não. Contudo o mesmo acredita que prefere não passar por esses desprazeres e ficar no conforto de sua casa.

Entrevistado D

O entrevistado “D” é do sexo masculino e atualmente é aposentado. Manifestou ansiedade até mesmo durante a conversa, além da boca seca para discorrer sobre o assunto.

Segue abaixo cada detalhe de como foi a conversa com o entrevistado.

Pesquisadora: Como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistado: Eu particularmente não gosto de viajar! Então se for obrigado a fazer uma viagem mesmo que seja perto eu me sinto desconfortável, por exemplo de andar de ônibus ou mesmo que seja uma viagem de lazer, como ir para a praia, ainda sim eu não me sinto muito confortável em ficar com muita gente perto, ou algum tipo de fobia em um carro, ônibus. Geralmente eu creio que eu devo ter desenvolvido alguma espécie de fobia que eu não tinha antes, e agora eu não me sinto bem e não gosto de viajar, nem perto e nem longe.

Pesquisadora: E antes você não tinha isso?

Entrevistado: Antes eu não tinha isso, eu viajava para a casa dos meus irmãos, para Curitiba, Jaguariaíva e vários lugares da região, inclusive para a praia eu já fui de ônibus. Hoje em dia eu não gosto mais, me sinto mal e realmente se eu puder pagar para andar de particular eu prefiro pois não gosto de andar de ônibus

Pesquisadora: Só para confirmar é no ônibus e no carro?

Entrevistado: Os dois, hoje em dia eu não gosto de viajar, tanto perto quanto longe. Se me falarem eu vou te pagar tudo para você ir para a praia eu digo “não, muito obrigado”!

Pesquisadora: Você prefere ficar em casa que é melhor para você?

Entrevistado: Prefiro ficar confortável do que sentir necessidades como por exemplo eu tenho problema de bexiga, se não der tempo de chegar em um posto para ir ao banheiro eu começo a ter crise de ansiedade e já começo a me sentir mal. Então, eu prefiro evitar essa situação, não vou e pronto.

Pesquisadora: Então antes você já tem essa ansiedade?

Entrevistado: Eu já imagino que se eu entrar em um ônibus que vai para a praia eu vou ter que ir no banheiro umas duas ou três vezes, por ter bebido muito líquido antes, ou porque estou ansioso por algum motivo e aí já fico nervoso antes, então não vou gostar e nem me sentir bem, ou seja, quando eu chegar lá em vez de eu me divertir

eu já vou estar nervoso, não estarei gostando tanto da situação, então eu não gosto de viajar não, acabei pegando uma espécie de fobia.

Pesquisadora: Você já me contou um pouco, então você já viajou bastante?

Entrevistado: Já viajei bastante, para praia, para Jaguariaíva, Curitiba, para amigos conhecidos da minha ex esposa e quando eu ia dirigindo para a praia com criança no carro era muita responsabilidade, eu tinha medo que alguém batesse, ou eu batesse em alguém eu já ia com a cabeça pensando. Através de várias viagens que eu fiz eu acabei desenvolvendo isto, eu prefiro não arriscar mais, ou porque para mim foi as últimas viagens que eu fiz, como principalmente para a praia, que você já sobe a Serra estressado e tenso e ai com criança no carro, sabendo que tem responsabilidade de dirigir a noite, vai passar por dentro de Curitiba de noite ou na hora de pico e muitos carros começavam a me dar pavor o que me fazia pensar que ia bater ou alguém me bater, e até mesmo cruzar o sinal. Então através desses motivos eu desenvolvi talvez algum tipo de fobia de viajar.

Pesquisadora: E você já viajou de avião?

Entrevistado: Não, mas teria coragem, na verdade é um sonho meu de viajar, mas tipo viajar não para tão longe, e somente para matar a vontade, daqui ali no Recife, duas ou três horas de viagem, de avião eu teria essa curiosidade, mas mais por curiosidade de conhecer, de realmente uma vez na vida viajar de avião em uma viagem curta eu realmente tenho essa vontade.

Pesquisadora: Então você acha que se você fosse não se sentiria como na estrada?

Entrevistado: Provavelmente eu teria um pouco de frio na barriga e ansiedade sabe, mas eu não ia me sentir tão mal como se eu tivesse carregando pessoas para praia que a responsabilidade seria minha, eu vou e volto carregando, se acontecer um desastre eu sei que eu estarei no volante. E de avião eu sei que eu vou sentar na poltrona que não é tão desconfortável como no carro, eu me sentiria melhor e mais tranquilo e ansiedade seria menor com certeza, e eu gostaria de experimentar uma viagem de avião.

Pesquisadora: E assim, o que você gosta de fazer no tempo livre?

Entrevistado: Quando tenho tempo eu gosto de pescaria, gosto de assistir filme, gosto muito de filmes de ficção científica, no Youtube eu passo um boa parte do tempo, e gosto de ver vídeo de pescaria, acampamento e insumo. É a minha vida, acampamento e pescaria.

Pesquisadora: E para você ir pescar você enfrenta a viagem de uma forma diferente ou não?

Entrevistado: Eu penso que sim, por pensar que daqui no Mato Grosso não sei o tempo exato de quantas horas, mas muitos colegas meus vão de carro particular até o Mato Grosso pescar, não é perto realmente é longe, mas as pessoas param na estrada, olham lugares e esticam as pernas, então não existe aquela fobia, como exemplo eu tenho que chegar em determinados minutos, eu vou chegar atrasado. Então fica meio como a história do avião e levo mais na esportiva, e não teria suponha eu que aquela ansiedade de ter que chegar no horário. Para mim ir para o Mato Grosso pescar com meus amigos eu encararia sim, suponha que seria uma viagem agradável, então eu não teria aquela medo, eu iria agradavelmente sem tanta ansiedade.

Pesquisadora: Então para você ficar em casa é uma opção boa ou ruim?

Entrevistado: Dependendo da situação uma opção boa, por exemplo essa questão da Pandemia é uma situação real e acabou, e eu sou acostumado a ficar em casa, eu gosto de ficar em casa, eu particularmente sou caseiro, por isso faz tempo que não viajo e adquiri esse ser caseiro, então eu gosto de ficar em casa, para mim entre viajar e ficar em casa eu prefiro ficar em casa, por todos os motivos que eu relatei.

Pesquisadora: Então era isso, muito obrigado!

O quarto entrevistado deixou muito evidente que existem muitos motivos que lhe causam desinteresse por viagens, os mais explícitos são a ansiedade antes e durante o deslocamento, o medo pelas entradas, e a necessidades de ir ao banheiro. Esses são fatores que impedem grandemente que o entrevistado viaje. O mesmo relatou que já realizou várias viagens e que teve que enfrentar seus medos. Durante a entrevista foi possível observar os sinais de ansiedade e que sua boca até secou por conversar sobre o presente tema do trabalho. Uns dos fatos relevantes a se ressaltar é que o mesmo se encoraja a enfrentar seus medos desde que todos os seus transtornos sejam contornados para realizar passeios onde envolva o seu interesse maior, o qual é atrações relacionadas ao mundo da pesca.

Entrevistado E

O entrevistado “E” é do sexo masculino e atualmente é professor de turismo em Irati. A entrevista que segue abaixo foi realizada no período da pandemia COVID – 19, portanto a conversa se deu via WhatsApp.

Por conta da realização da entrevista via internet não foi possível muitos detalhes relacionados ao comportamento do entrevistado durante a entrevista, o que se repete em mais uma das entrevistas realizadas.

A conversa se deu por meio de mensagens escritas, as quais foram transcritas para o presente trabalho.

Pesquisadora: Como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistado: Motivado, procuro saber algumas informações necessárias, percursos, pontos de parada e atrativos interessantes. Mas não fico na neura não. Não entro nessa de pesquisar tudo sobre o local e muito nessa de achar que a viagem vem a ser algo importantíssimo para mim. Está pesquisa é mais no sentido de evitar problemas do que empolgação com o destino.

Pesquisadora: Entendi, então você se sente motivado, procura o necessário e é isso, e aí você não acha que a viagem é algo importantíssimo para você.

E assim, o que pode ser um ponto negativo para você dentro da viagem, o que pode se tornar um desinteresse ou algo que te incomode?

Entrevistado: Hospedagem ruim, trânsito, algum incidente

Pesquisadora: Entendo, e assim você já deve ter realizado muitas viagens né, e você tem algum exemplo para contar relacionado a algum desses pontos negativos que você mencionou?

Entrevistado: Sim, viagem para Garopaba, ficamos uma noite e desistimos do destino devido hospedagem não condizente com informações do site.

Bombinhas, resolvemos voltar antes da data prevista devido ao estado de saúde do meu filho.

São Paulo, retornei antes do agendado, devido ao trânsito.

Pesquisadora: Entendi, e o que você gosta de fazer no seu tempo livre, final de semana e feriados?

Entrevistado: Ficar em casa (risos), ir para praia, mesma praia, me hospedar nos mesmos lugares, comer nos mesmos restaurante (risos), onde eu sei que gosto, às vezes tenho preguiça em experimentar coisas novas. Brincar com meu filho, caminhar,

jogar bola. Outra coisa que pega em viagens, é o gasto, e não curto este lance de viajar na economia, se for pra comer e me hospedar em lugares ruins prefiro não sair de casa.

Pesquisadora: Digamos assim, para viajar você gosta de ir em lugares que já são de costume, e procura questões de excelência, tanto na hospedagem como no trânsito. E então, como última pergunta para você, ficar em casa é uma opção boa ou ruim? Você prefere ficar em casa ou viajar, sair?

Entrevistado: Sim, não gosto de incomodo. E na verdade, não sei, dependerá do momento, gosto de viajar, mas não ao ponto de sacrificar outras demandas, viagem, em minha vida, fica em segundo plano. Talvez, se fosse solteiro seria diferente.

Pesquisadora: Entendi, as viagens não são tão importantíssimas como você disse no início.

Não sei se posso te perguntar, mas o que mudaria se você fosse solteiro?

Entrevistado: Não teria demandas familiares. E também se me fizesse estas perguntas a 15 anos atrás, acredito que as respostas seriam outras. Pois aos 40 anos a energia e a sede por experiências não são as mesmas. Talvez seja a tão falada maturidade (risos).

Pesquisadora: Ótimo! Entendo sua questão.

Então é isso, era só essas perguntas, eu agradeço muito sua participação, acrescentará muito no meu TCC!

Entrevistado: Ótimo, Disponha!

O quinto entrevistado prefere não colocar viagens em um patamar alto, e que elas não são prioridades em sua vida. Além de que para seu caso as fases da vida provocaram mudanças em comparação ao que desejava anos atrás, e o que deseja e coloca em primeiro plano hoje. Outro comentário importante é como ele enxerga a viagem, sendo que para o entrevistado experimentar coisas novas não são experiências que o mesmo busca.

Entrevistado F

O entrevistado “F” é do sexo feminino e atualmente pode ser considerada do lar. A entrevista que segue abaixo foi realizada no período da pandemia Covid – 19, portanto a conversa se deu via WhatsApp.

A presente entrevista se deu por meio de uma conversa com gravação de áudios, os quais foram transcritos para o trabalho.

Pesquisadora: Como você se sente quando tem que realizar uma viagem?

Entrevistada: Olha, eu não sei porque mais eu não me sinto bem assim, eu gosto de ficar na minha casa, gosto de passear bastante, mas só na cidade e no centro. Mas assim, a viagem e não me entusiasmo, não tem um motivo mesmo.

Pesquisadora: Você apenas não tem vontade como você disse, você passeia dentro da cidade, mas sair da cidade você não tem aquela motivação e algo que pense eu quero conhecer determinado lugar, me hospedar em algum lugar diferente ... você não tem essa motivação?

Entrevistada: Sinceramente eu não tenho, porque a minha filha sempre viaja e no começo ela insistia muito para mim ir e eu dizia pode ir eu fico feliz em casa e tá tudo bem. Então eu não tenho uma motivação para me hospedar, eu não sei porque, quando eu era mais jovem, e meus filhos eram todos adolescentes eu gostava e acho que por eles, por meu marido, mas depois fomos ficando caseiro e depois meu marido faleceu e então eu não tenho vontade de viajar.

Pesquisadora: Entendo, e então você já realizou muitas viagens? Como você disse, antes você viajava mais, você sabe me dizer mais ou menos quantas vezes você já viajou? Ou foi só em algumas oportunidades mesmo mais para agradar os filhos.

Entrevistada: Em muitos lugares assim eu não viajei, na minha época era praia, São Paulo, e acho que a viagem mais longa que eu fiz foi São Paulo, não viajei muito assim, eu creio que é isso que, mas eu não sei, eu acho a viagem cansativa sabe, eu canso muito, mas quando os meninos, a família estavam todos então nós íamos, mas naquela época eu não ia por obrigação, mas porque eu gostava de ver eles alegres, e depois foi passando e agora passou de vez, não tenho muita paciência para ficar sentada indo, acho que não.

Não sei se estou te ajudando, eu queria tanto te ajudar (Meu Deus), mas vou fazer o possível, se eu não estiver agradando você ser franca não tem problema, espero te ajudar!

Pesquisadora: Entendi, não se preocupe, você está me ajudando muito!

Então, pelo que entendi você gosta de sair dentro da cidade ne, então o que eu você gosta de fazer nos seus momentos livres do dia a dia? Agora estamos no período de quarentena, mas nesses momentos livres o que você procura fazer?

Entrevistada: Olha, eu final de semana sábado e domingo é o maior suplício, porque eu não saio mesmo, que durante a semana eu tenho estudos sabe, porque eu sou espírita, então eu estudo ali no Francisco de Assis na segunda, as quintas e sempre tem alguma coisa lá para fazer, então eu sempre tenho o meu movimento. No sábado eu já fico mais em casa, porque daí também no domingo meu filhos sempre estão aqui para almoçar, mas não me sinto mal de ficar em casa, gosto, mas é o suplício (Risos). Esqueci de te dizer, não é muito cansativo ficar sábado e domingo em casa porque eu leio muito, eu gosto muito de ler, então eu troco uma televisão só se for um bom filme, então eu gosto muito de ler, quer dizer que para mim não tem problema nenhum.

Pesquisadora: Assim, que legal! Então basicamente você já respondeu a última pergunta! Como eu disse para você seria mais uma conversa.

Então ficar em casa para você é uma opção boa ou ruim? Acredito que para você será uma opção boa, mas só para ficar claro, o que você prefere?

Entrevistada: Realmente gosto de ficar em casa mesmo, e como te falei, com meus livros e nunca me sinto sozinha e solitária, olha estamos em uma quarentena e estou indo numa boa, mesmo porque estou lendo, e de vez em quando me mandam áudio, passam por aqui e me cumprimentam. Então eu leio um bom livro, um bom filme, não me sinto solitária, então eu gosto mesmo de ficar em casa. Espero ter auxiliado!

Pesquisadora: Você me ajudou muito! Muito Obrigada!

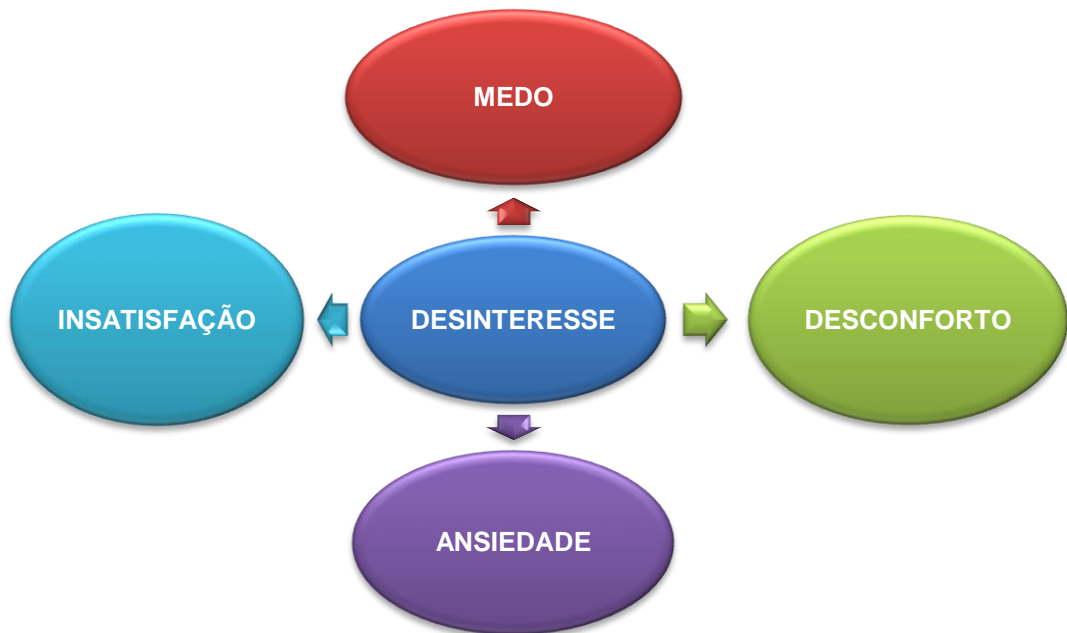
A sexta entrevistada se manteve disposta a falar sobre o que são os motivos pelos quais tem desinteresse por viagens. Um dos fatores inegáveis é as fases da vida, como a mesma diz, tempos atrás viaja para trazer entretenimento para os filhos, hoje em dia da preferência para seu desejo de ficar em casa, e ao invés de explorar novos lugares a entrevistada explora livros.

Finalizando as transcrições, é possível apontar que 6 entrevistas é uma demonstração de que existem muitas pessoas que não demandam do turismo, e isto por motivos que podem ser tanto específicos como “vontade de ir ao banheiro”, como motivos em comparativo com os demais como a “ansiedade”. E esta sensação de ansiedade implica não somente nas viagens mas também no cotidiano dessas pessoas, até mesmo antes de ir até o destino turístico.

O turismo nem sempre é uma opção boa para todos, enquanto pessoas procuram viajar para aproveitar férias e tempos de folga, outras como os “não turistas” optam por ficar em casa e usufruir do que tem de bom na própria cidade ou na própria casa.

Portanto a seguir é representado esses fatores coletados na entrevista através da figura 2:

Figura 2- Fatores de Desinteresse



Fonte: Elaborado pela autora, 2021

O esquema apresentado se compõem de 4 fatores, os quais justificam o desinteresse por viajar, ou seja, o desinteresse se funde através dos medos, do desconforto, da ansiedade e da insatisfação.

Para deixar mais claro essas barreiras segue quadro 5 com detalhes dos motivos para não viajar de acordo com a pesquisa:

Quadro 5-Motivos para não viajar

Desinteresses	Barreiras	Quant. entrevistados
Medo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perigos na estrada ➤ Passar algum tipo de vergonha ➤ Claustrofobia em meios de transporte ➤ Fobia ➤ Deixar a família em casa 	5
Desconforto	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deslocamento ➤ Hospedagem ➤ Fator financeiro 	4
Ansiedade	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Relação com os medos ➤ Vontade de ir ao banheiro ➤ Excessiva preocupação com membros do grupo durante a viagem ➤ Transito 	4
Insatisfação	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evitar problemas com hospedagem ➤ Evitar problemas com restaurantes 	1

Fonte: Elaborado pela autora, 2021

Esses motivos coletados e apresentados no quadro 5 exemplificam barreiras de pessoas que não consomem a atividade turística.

O quadro se compõe por desinteresses, suas barreiras, ou seja, os reais motivos, e a quantidade de entrevistados que compartilham do mesmo desinteresse gerado por barreiras iguais ou parecidas.

Considerando os resultados obtidos partimos para o próximo capítulo o qual será apresentado propostas para práticas que possam resgatar esses “não turista” como uma forma de propor atividades diferenciadas que diminuam esses desinteresses.

6.1 PROPOSTAS E ENCAMINHAMENTOS

Com base nessa pesquisa é possível fazer algumas reflexões sobre os desinteresses apresentados na pesquisa.

Os perigos nas estradas podem ser amenizados com viagens que ofereçam mais segurança, como com carros novos, meios de transporte menos perigosos como trem e viagem de navio. O desconforto com deslocamento também pode ser ligado as

questões de segurança e aprimoramento de meios de transporte extremamente confortáveis.

Em relação a passar vergonha no destino ou não saber como se portar a sugestão é de presença de guias especiais e personalizados para cada cliente, desta forma, oferecendo o máximo de informações.

Outro ponto importante é o papel das Agências de Viagens. É necessário procurar conhecer possíveis clientes e através de conversas, entender quais são as fobias que impactam antes e durante a viagem, desta forma ajudando e auxiliando os clientes.

Os medos relacionados a deixar a família em casa para viajar, podem ser sanados através das novas tecnologias existente, desta forma, fazendo com que as pessoas possam se comunicar com mais facilidade. Empresas de segurança também poderiam atuar apenas durante o período de viagem do cliente, desta forma, cuidando da casa.

Em relação a paradas, fornecer informações para o cliente todos os pontos de parada ou encaixar o cliente em meios de transporte que possuam sanitários.

As hospedagens devem buscar estudar sempre para se aprimorar cada vez mais nos desejos dos clientes, visando atender a necessidades das pessoas com hospitalidade e excelência.

O Turismo deve fornecer segurança aos clientes, isso reforça que é necessário buscar soluções para ofertar o melhor e resgatar essas pessoas que possuem desinteresses.

Finalizando este capítulo partimos para as considerações finais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho de conclusão de curso teve como objetivo inicial analisar pessoas que possuem desinteresse por viagens, desta forma, buscar compreender e demonstrar que existem pessoas que por variados motivos optam por ficar em casa ao invés de aproveitar os momentos de lazer em destinos turísticos.

Para alcançar os resultados foi utilizado a metodologia de pesquisa narrativa com base no artigo de Horodyski (2014), onde descreve que as pesquisas narrativas não necessitam de amostragens probabilísticas, pois são pesquisas qualitativas. No total foram entrevistados 6 pessoas, as quais foram encontradas através de indicações de, colegas, professores e familiares.

Para analisar os “não turistas” a pesquisa se deu inicialmente por um pesquisa bibliográfica, elaboração dos instrumentos de pesquisa, aplicação da pesquisa narrativa, transcrição das entrevistas e análise dos dados.

Esta pesquisa foi adequada, por permitir com quem as pessoas pudessem contar as suas experiências, o que talvez se a conversa fosse objetiva essas pessoas não teriam a oportunidade de contar detalhadamente os motivos pelos quais elas não gostam de viajar.

A pesquisa teve algumas limitações por conta da pandemia do Covid-19, mas em contrapartida foi adaptada da melhor maneira possível para finalização das entrevistas através do aplicativo de comunicação (WhatsApp).

Contudo o objetivo de investigação de analisar esses “não turistas” foi efetivo, onde os resultados demonstraram que existem sim, medos, desconfortos, ansiedades e insatisfação para viajar, o que acarreta o desinteresse e baixa motivação desses “não turistas”. Os estudos apontam que o turismo e profissionais do turismo necessitam reverter essa situação e encaixar os “não turistas” no trade turístico.

Concluiu-se que estudar os “não turistas” é apenas um estudo inicial, e incentivo a trabalhos futuros aprofundamento no tema estudado, visto que não existem muitos estudos sobre esses desprazeres.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. 4. ed. Paris: PUF, 2009.

BAUDRILLARD, J. *La sociedade consumo*. Lisboa 1970.

BENI, M. C.; *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.

CAMPBELL, C.; *Barbosa, Livia. Cultura Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro. 2 ed. – 2009.

COBRA, M. *Marketing do Turismo*. 2 ed. 2001.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo. Pós-Modernismo*. São Paulo. Studio Nobel. 1995.

GUADANI, F.; ARUCA, J.; ARAUJO, M. *Comportamento do Consumidor e a Escolha das Destinações Turísticas*. Turismo em Análise. São Paulo. 1996.

HIRATA, F. A.; BRAGA, D. C. *Demanda Turística e o Estudo Sobre Motivação*. Boa Vista/PR 2017.

HORODYSKI, G. S.; GÂNDARA, J. M. G. *O Consumo Turístico: as compras racionais e emocionais de souvenirs no destino Curitiba-PR*. 2014.

HORODYSKI, G. S.; MANOSSO, F. C.; GÂNDARA, J. M. G. *A pesquisa Narrativa na Investigação das Experiências Turísticas Relacionadas ao Consumo de Souvenirs: uma abordagem fenomenológica*. Turismo em Análise. Vol.25, n 1, 2014.

KARSAKLIAN, E.; *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P. *Administração de Marketing*. 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KRIPPENDORF, *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens/Jost*. 3. ed. Ver. E ampli. – São Paulo: Aleph, 2009.

MARTINS, M. **Estudo inédito: 94% dos brasileiros têm interesse em viagens.**

Panrotas. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/03/estudo-inedito-94-dos-brasileiros-tem-interesse-em-viagens_163113.html. Acesso em: 15 de Setembro de 2019.

MEDEIROS, J. F.; CRUZ, C. M. L. *Comportamento do Consumidor: Fatores Que Influenciam no Processo de Decisão de Compra dos Consumidores*. Teoria e Evidência Econômica, Passo Fundo, v. 14, Ed. Especial 2006.

MURBACK, B. *MTur: 44% das pessoas nunca viajaram pelo País*. Panrotas. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/noticia/turismo/pesquisaseestatisticas/2017/04/mtur-44-das-pessoas-nunca-viajaram-pelo-pais_145932.html. Acesso em: 15 de Setembro de 2019.

PAIVA, L.M.O. *A pesquisa narrativa: uma introdução*. UFMG/CNPq/FAPEMIG, 2008.

PEREIRA, G. S. *Comportamento do consumidor no turismo: tipologias e processo de tomada de decisão nas compras*. Universidade Caxias do Sul. Disponível em: <<https://goo.gl/JenYlu>>. Acesso em: 30 de Outubro de 2019.

SOLOMOM, M. R.; *O Comportamento do Consumidor*. – 5.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2002.

TALAYA, A. E. *Comportamiento De La Demanda Turística En España. Realidad Actual Y Previsiones*. Turismo Y Promocion De Destinos Turisticos: Implicaciones Empresariales. Universidad de Oviedo. 1996.

TOALDO, M. M. *Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos*. Revista FAMECOS. Porto Alegre. 1997.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas*. Campinas, SP: Papirus, 1993.