

A análise do conteúdo informativo nos websites oficiais de turismo sobre a saúde do viajante e os riscos referentes à Covid-19

Marcello Tomé

PPGTUR/FTH - Universidade Federal Fluminense, Brasil.

marcellotome@id.uff.br

Ericka Amorim

Doutora em Geografia e Planeamento Territorial, Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Investigadora integrada no CITUR (Instituto Politécnico de Leiria/Portugal), investigadora colaboradora no GOvCOPP, (Universidade de Aveiro/Portugal)

erickaaa@msn.com

Matthew Lee Smith

PhD, MPH, CHES, Center for Population Health and Aging, Texas A&M University, College Station, Texas, USA

matthew.smith@tamu.edu

Resumo

O turismo caracteriza-se como um dos setores mais impactados pela pandemia da Covid-19, pois as ações de distanciamento e isolamento social, visando minimizar o contágio da referida doença, provocaram severas limitações para as viagens, seja como fator restritivo, ocasionado pelo temor individual, ou coletivo, vinculado ao risco em viajar; seja como fator impeditivo, provocado pelas restrições e efetivas proibições para as viagens e para deslocamentos internos em diversos destinos turísticos mundiais. Os websites oficiais de turismo, em distintos países do mundo, têm como propósito fornecer informações importantes sobre o destino, relativas, entre outras coisas, aos atrativos locais, questões legais, representações diplomáticas, segurança e saúde, maximizando a probabilidade de uma experiência positiva, a partir da oferta de informações relevantes sobre as características locais. O conteúdo relativo à saúde pública deve ser disponibilizado nos websites oficiais de turismo de forma coerente e transparente. Esta é uma condição necessária para a melhor compreensão da situação da saúde local, garantindo a oferta de informações necessárias para a segurança do viajante e propiciando dados para que possa decidir sobre viajar ou não e como proceder em relação à segurança e à saúde em um determinado destino. O objetivo principal deste estudo foi analisar o conteúdo fornecido nos websites oficiais de turismo dos cinco países com maior fluxo turístico receptivo do continente americano (Estados Unidos, México, Canadá, Argentina e Brasil) e do continente europeu (França, Espanha,

Itália, Turquia e Alemanha), em relação às informações disponíveis sobre saúde pública para os viajantes nos países destacados, avaliando o conteúdo informativo referente à pandemia de Covid-19. Para isso, foi realizada a identificação e avaliação do conteúdo presente nos websites oficiais de turismo dos países indicados, buscando nestes, referências sobre a pandemia da Covid-19. Os resultados preliminares indicam que todos os websites oficiais de turismo analisados priorizam conteúdo promocional sobre os destinos, e apesar da grande parte fazer algum tipo de referência à Covid-19, não fornece informações adequadas para minimizar os riscos para a saúde do viajante em relação à pandemia da Covid-19.

Palavras-chave: Turismo. Saúde Pública. Covid-19. Website. Análise de conteúdo

Resumen

El turismo se caracteriza como uno de los sectores más afectados por la pandemia de Covid-19, ya que las acciones de distanciamiento y aislamiento social, con el objetivo de minimizar el contagio de la enfermedad referida, causaron graves limitaciones para viajar, sea como un factor restrictivo, causado por el miedo individual o colectivo, vinculado al riesgo de viajar; o como un factor impedimento, causado por restricciones y prohibiciones efectivas para viajes y desplazamientos internos en varios destinos turísticos en todo el mundo. Los sitios web oficiales de turismo, en diferentes países del mundo, tienen como objetivo proporcionar información importante sobre el destino, en relación, entre otras cosas, con atracciones locales, asuntos legales, representaciones diplomáticas, seguridad y salud, maximizando la probabilidad de una experiencia positiva y ofreciendo información relevante sobre características locales. El contenido de salud pública debe estar disponible en los sitios web oficiales de turismo de manera consistente y transparente. Esta es una condición necesaria para una mejor comprensión de la situación de salud local, asegurando la provisión de información necesaria para la seguridad del viajero y proporcionando datos para que pueda decidir si viajar o no y cómo proceder en relación con la seguridad y la salud en un determinado destino. El objetivo principal de este estudio fue analizar el contenido proporcionado en los sitios web oficiales de turismo de los cinco países con el mayor flujo turístico receptivo en el continente americano (Estados Unidos, México, Canadá, Argentina y Brasil) y en el continente europeo (Francia, España, Italia, Turquía y Alemania), en relación con la información disponible sobre salud pública para viajeros en los países destacados, evaluando el contenido de información relacionado con la pandemia de Covid-19. Para esto, se llevó a cabo la identificación y evaluación del contenido presente en los sitios web oficiales de turismo de los países indicados, buscando en estas referencias la pandemia de Covid-19. Los resultados preliminares indican que todos los sitios web oficiales de turismo analizados dan prioridad al contenido promocional sobre los destinos, y aunque la mayoría de ellos hacen algún tipo de referencia a Covid-19, no proporciona información adecuada para minimizar los riesgos para la salud del viajero en relación con el Pandemia de COVID-19.

Palabras clave: turismo. Salud pública. COVID-19. Website. Análisis de contenido

Introdução

As limitações relativas à saúde pública nos destinos turísticos são consideradas relevantes fatores restritivos para o turismo, motivados pelos graves riscos que impõem à integridade física e à vida de moradores e visitantes. No final do ano de 2019, foi detectado inicialmente na China, mais precisamente na cidade de Wuhan, o surto de uma doença de alto poder de contágio, denominada Covid-19, causada por um novo agente do coronavírus, o SARS-CoV-2, cujo quadro clínico pode variar de infecções assintomáticas, até síndromes respiratórias aguda graves, podendo levar o paciente infectado a óbito. O elevado número de infectados e mortos pelo novo coronavírus, fez com que em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) elevasse o estado da contaminação de Covid-19 para pandemia.

Sem remédios com eficácia comprovada para tratar a doença e sem vacinas para preveni-la, muitos países do mundo, seguindo orientações da OMS, adotaram formas de intervenção não farmacêuticas, incluindo o *lockdown* e o distanciamento social, determinando o fechamento temporário de lojas, bares, restaurantes, estabelecimentos de ensino, teatros, cinemas, museus e de empresas consideradas não essenciais ao novo cotidiano provocado pela pandemia (Gössling et al, 2020). Muitas localidades proibiram a permanência de pessoas em praças, parques e praias. Eventos de diferentes portes foram cancelados ou adiados, incluindo os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Verão, que seriam realizados nos meses de julho a setembro de 2020 em Tóquio, no Japão. Tais ações objetivam reduzir o contágio da doença, por meio da diminuição do contato direto entre as pessoas.

Diferentes ações foram tomadas em cada país para minimizar o contágio e a proliferação da doença, como a proibição de viagens, fechamento de fronteiras e a introdução de períodos de quarentena. Diversas companhias aéreas suspenderam voos, aeroportos foram fechados e novas restrições e procedimentos foram introduzidas para as viagens (FCO, 2020).

A eficácia e os resultados das medidas não farmacêuticas adotadas também foram distintos para cada localidade. Assim, a realidade vivenciada por moradores e encontrada pelos visitantes, relativa às restrições implantadas e à gravidade da repercussão pandêmica, como o total de infectados e mortos, foram diferentes também. A partir de realidades tão dispare, as informações relativas às condições locais e as restrições impostas são fundamentais não apenas para moradores, mas também para os visitantes. Sendo assim, os websites oficiais de turismo de diferentes países são meios importantes para fornecer conteúdo, que não apenas promova um país como destino, mas também informe sobre as limitações vinculadas à saúde pública local.

Considerando os distintos quadros da pandemia de Covid-19, relacionados ao turismo em diferentes países, como os atrativos turísticos com visitação

permitida, os sistemas de transporte aéreo, ferroviário, rodoviário, os cruzeiros marítimos, o transporte público, as acomodações, os cafés, bares e restaurantes, convenções, festivais, reuniões ou eventos esportivos (Gössling, 2020, p. 2), é essencial que os websites oficiais de turismo ofereçam em seu conteúdo informações que permitam ao turista analisar as condições de segurança e saúde pública locais, a fim de que tenham ciência dos riscos de contaminação e das restrições relativas às viagens nacionais e internacionais, colaborando com a saúde dos viajantes, ao minimizar os riscos contra a integridade física e a vida dos turistas, por meio do fornecimento de informações fidedignas facilmente disponíveis para os visitantes e turistas potenciais.

Metodologicamente, trata-se de um estudo de abordagem qualitativa por meio de estudos exploratórios, empregando a análise de conteúdo, a fim de analisar os dados qualitativos obtidos. Sendo assim, este artigo, apresenta como forma de condução a análise de conteúdo.

Neste sentido, esta pesquisa busca elucidar se os websites oficiais de turismo apresentam em seu conteúdo informações referentes, não apenas à oferta turística, mas também informações sobre a saúde pública, avaliando os dados disponíveis nos websites durante a pandemia da Covid-19.

Para elucidar a referida indagação, foi definido como objetivo principal deste estudo, analisar o conteúdo fornecido nos websites oficiais de turismo dos cinco países com maior fluxo turístico receptivo do continente americano (Estados Unidos, México, Canadá, Argentina e Brasil) e do continente europeu (França, Espanha, Itália, Turquia e Alemanha) em relação às informações disponíveis sobre saúde pública para os viajantes nos países destacados, avaliando o conteúdo informativo durante a pandemia de Covid-19. Sendo assim, este artigo, apresenta a forma de condução da análise de conteúdo. Para tanto, este artigo encontra-se estruturado, iniciando com o resumo e introdução, apresentando em seguida o referencial teórico, pautado nos temas chave desta pesquisa. O método de estudo, a análise dos resultados e discussão precedem as considerações finais, que inclui limitações do estudo e sugestão de futuras pesquisas. Por fim, têm-se as referências que constituíram este artigo.

Referencial Teórico

Riscos e Fatores Restritivos para o Turismo

A definição do destino pelo turista tende a ocorrer por meio da percepção dos fatores motivadores que estimulam positivamente o deslocamento turístico, tais como os atrativos e demais elementos constituintes da oferta turística. No entanto, também são levados em consideração os fatores restritivos que influenciam negativamente na escolha de uma localidade como futura destinação, como as limitações relativas à segurança pública, expressa, entre outras coisas, pela violência urbana, pela criminalidade, pelo risco de atentados terroristas, pelo risco de desastres ambientais e por problemas de saúde pública, incluindo nesta categoria os riscos pandêmicos (Tomé, 2018).

O risco é definido como uma situação futura na qual pode ser atribuída algum grau de probabilidade de ocorrência de danos (Duran, 2018).

Douglas (1987) afirma que cada indivíduo e até mesmo grupo social estaria disposto a aceitar ou evitar certos riscos. O risco e sua aceitação são uma construção coletiva e cultural que surge de acordo com o tipo de sociedade da qual emana, de suas crenças e visões dominantes. O problema não é apenas a existência de riscos, algo inevitável, mas a percepção relativa que a sociedade tem disso. Não são os riscos que são culturalmente construídos, mas sua percepção (Duran, 2018, p. 832).

Se um determinado destino turístico é considerado arriscado, impondo possibilidades de danos à integridade física ou à vida do visitante, tal localidade teria então uma imagem que possibilita considerá-la perigosa. Neste caso, a tendência que o fluxo receptivo se encontre abaixo do potencial relacionado à qualidade da oferta turística local. A imagem do turista em relação ao destino influenciará decisivamente o seu comportamento em relação ao desejo de viajar, ou não viajar, para uma determinada localidade (Sancho, 1998).

O temor em vivenciar experiências indesejadas durante a viagem influencia na decisão de viajar, sendo, portanto, relevante fator limitante na escolha de um destino turístico. Cabe destacar que os turistas se encontram cada vez mais informados em relação aos destinos que pretendem viajar (Renda & Teotónio, 2017).

Fernández Ávila (2002) considera que, em grande parte, as decisões tomadas pelos turistas são condicionadas por meio das informações adquiridas sobre as diversas expressões de segurança antes e durante a viagem e estada. Neste sentido, os websites oficiais de turismo são considerados fontes importantes de informações e dados sobre o turismo local, a saúde e a segurança pública, contribuindo, por meio da oferta de informações, no processo de decisão de viajar.

Websites oficiais de Turismo

Os websites de turismo caracterizam-se como importantes fontes para consulta sobre o planejamento de uma viagem. Por meio da seleção e publicação de informações turísticas, um website oficial de turismo de um país pode conter conteúdo informativo que permita, não apenas promover o destino, mas também orientar um turista real ou potencial sobre a realidade local, contribuindo com a formação de uma imagem do destino e, portanto, influenciando sua tomada de decisão (Zhang, Xu, Lu, & Lei, 2015).

Dos países que possuem sites oficiais, muitas das informações fornecidas são sobre hospedagem, alimentação, cultura local e empresas. É muito menos comum encontrar informações sobre segurança e proteção para orientar os turistas. Essa constatação nos permite concluir que, de uma forma geral, os websites oficiais de turismo assumem principalmente um papel de promotor do

destino turístico, tendo a função informativa como secundária. Os turistas precisam ter uma fonte mais confiável de informações sobre segurança e proteção, dando-lhes a mesma autonomia e confiança em relação a outros aspectos de sua viagem. Dessa forma, até que ponto as informações fornecidas em sites oficiais de turismo são úteis?

As informações presentes em websites turísticos são relevantes para o processo de tomada de decisão de viajar pelo turista. Para isto, é essencial encontrar informações fidedignas, preferencialmente de origem oficial na Internet (Smith et al, 2015).

Muitos países, por meio das novas tecnologias, desenvolveram websites de turismo, buscando promover-se como destino turístico, ampliando a circulação de turistas domésticos e o fluxo turístico receptivo de caráter internacional (Geqi, 2018). Estes websites de turismo devem apresentar um conteúdo informativo que promova o país como destino turístico, manifestando as características locais, incluindo suas singularidades sociais e culturais (Horng & Tsai, 2010).

Os websites de turismo são considerados ferramentas de comunicação relevantes na relação destino/turista, sobretudo no que tange ao marketing de destinos, na dita era da informação (Chiou, Lin e Perng, 2011; Law, Qi e Buhalis, 2010; Lee & Gretzel, 2012), devendo fornecer conteúdo informativo que não se resume a publicidade tradicional, propiciando o acesso a informações relevantes que possibilite avaliar o destino e contribuir com a decisão de viajar (Klein 1998).

Os websites oficiais de turismo devem oferecer conteúdo informativo que propicie ao usuário manuseá-lo como um portal de publicidade e marketing, mas também como fonte de informações úteis sobre a localidade a ser visitada, incluindo dados relativos à legislação, contatos institucionais, segurança e saúde pública.

“Os websites institucionais de turismo podem fornecer uma enorme quantidade de informações, transmitir uma imagem do local, permitir informações úteis de forma a interagir com os usuários e operar como ponto de venda”

(Del Vasto-Terrientes, Fernández-Cavia, Huertas, Moreno e Valls, 2015, p.16).

Informações relativas à segurança e saúde pública podem ser importantes antes e durante a estada do turista em uma localidade. Sem divulgar informações relevantes por meio de canais de comunicação apropriados, o risco percebido de um viajante relacionado a um destino pode superar o risco real (ou vice-versa). É essencial uma fonte oficial de informação para fornecer as informações de segurança necessárias sobre o destino, o que pode ajudar a atrair e proteger o

turista (Elliot, Papadopoulos & Kim, 2011; Korstanje, 2009; Mansfeld e Pizam, 2006; Tarlow, 2014) Os websites oficiais devem exercer este papel.

Um país deve divulgar em seu website oficial de turismo, informações destinadas aos turistas reais e potenciais sobre a segurança, a saúde pública e, enquanto estiver mantido pela OMS a condição de pandemia, informar também sobre a situação local, referente a Covid-19. Nesse caso, o destino deve identificar a melhor maneira de fornecer informações e diretrizes, maximizando a informação relativa à saúde, minimizando os riscos. O uso de técnicas de marketing socialmente responsáveis é uma das maneiras de ajudar a evitar essa situação. Essas técnicas pressupõem que o turista esteja visitando um destino com diferentes contextos culturais, sociais, legais e políticos, podendo não estar ciente da situação vivenciada pelos moradores e que encontrará como visitante (Pizam, Tarlow & Bloom, 1997; Shepherd, 2006; UNWTO, 1996).

Se não receberem informações adequadas antes da viagem, os turistas podem ter um resultado negativo da experiência e os compartilhará da mesma forma com amigos e parentes. Isso tem o potencial de afetar negativamente o destino em termos de imagem e reputação (UNWTO, 1996; Shepherd, 2006).

A OMT salienta que as informações importantes para o turista, conforme foi destacado, devem ser incluídas em materiais de marketing e promoção que cubram conteúdo sobre o destino, como são os websites oficiais de turismo. Vincentin e Hoppen (2002, p.83) atestam que existe resistência e falta de confiança dos turistas em relação à segurança das informações contidas nos websites de turismo. Diante de tal contexto, Anjos *et al* (2006) afirmam que um website passa a ter mais respaldo e crédito quando se encontra sob a égide governamental, caracterizando o conteúdo como uma fonte oficial.

A Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 1996) afirma que é de responsabilidade de agências internacionais, governos e outras autoridades públicas fornecer informações sobre possíveis limitações locais relativas à integridade física e à vida dos turistas, visando maximizar a proteção aos turistas. Isso pode incluir eventos terroristas, desastres ambientais, avarias no transporte, distúrbios sociais, e outras preocupações de segurança, como severos problemas de saúde pública, como é o caso da pandemia da Covid-19.

Covid-19

Em dezembro de 2019, foi constatado em Wuhan, na província de Hubei, China, o crescimento anormal de casos de pacientes com síndromes respiratórias agudas, que apresentaram quadro agravado, exigindo tratamento intensivo e fazendo com que muitos infectados falecessem. O imenso potencial de contaminação fez com que a China reconhecesse junto à Organização Mundial da Saúde (OMS) a existência de um surto, em 31 de dezembro de 2019.

Estudos demonstraram tratar-se de uma enfermidade provocada por um novo coronavírus (SARS-CoV-2), sendo transmitido principalmente por meio de gotículas contaminadas de saliva (perdigotos), impelidas a partir de espirros, tosse, ou do simples ato de falar.

A nova doença foi denominada pela OMS como Covid-19, nome definido a partir das palavras "corona", "vírus" e "doença", com 2019 representando o ano em que a doença surgiu (WHO, 2020a). A disseminação geográfica rápida da Covid-19, causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2), atingindo 114 países com casos da doença, fez com que a OMS elevasse em 11 de março de 2020, o estado de disseminação da enfermidade para pandemia. Em 09 de junho de 2020, os casos de Covid -19 já tinham sido detectados em 216 países e territórios no mundo (WHO, 2020b).

Por mais que diversos países tenham adotado medidas para conter o contágio pelo novo coronavírus, os dados oficiais referentes a Covid-19 são impressionantes. As informações presentes no website da Organização Mundial de Saúde, em 10 de junho de 2020, indicam que mais de 7 milhões de pessoas foram contaminadas pelo novo coronavírus e mais de 400 mil pessoas morreram, conforme pode ser verificado na tabela a seguir.

Tabela 1.

Situação da pandemia da Covid-19 /Fevereiro a junho de 2020

	09fev	09mar	09abr	09mai	09jun
Casos confirmados	37.569	113.326	1.439.516	3.862.602	7.145.539
Mortes confirmadas	813	3.992	85.709	271.435	408.025

Fonte: Adaptado de Coronavirus disease (Covid-19) outbreak situation (WHO, 2020b) Last update: 9 June 2020, 21:00 GMT-3.

Na ausência de vacinas e remédios antivirais eficientes, foram adotadas em diversos países do mundo, rigorosas medidas tradicionais de saúde pública para conter a epidemia dessa grave doença respiratória, visando impedir a propagação da Covid -19. Para isso, governantes de diversos países, com a concordância da OMS, implantaram medidas para evitar o contato entre as pessoas, buscando interromper a transmissão do novo coronavírus. Entre estas medidas estão políticas rígidas de distanciamento social, isolamento, quarentena e contenção comunitária ou *lockdown* (Wilder-Smith & Freedman, 2020).

As distintas expressões do distanciamento social são projetadas para reduzir a interação entre pessoas em uma comunidade, na qual há indivíduos que podem estar infectados, mas ainda não foram identificados e, portanto, ainda não foram isolados. O contágio pelo novo coronavírus exige certa proximidade das pessoas, conforme já foi destacado. Sendo assim, o distanciamento social tende a reduzir a transmissão, já que as restrições impostas apenas para pessoas que têm ciência que foram contaminadas pelo novo coronavírus, são consideradas insuficientes para impedir a transmissão da doença (Wilder-Smith & Freedman, 2020, p. 2). Integram as ferramentas do distanciamento social as restrições no

uso dos meios de transporte públicos, o fechamento de escolas, comércios, bares, restaurantes, cafés, lojas, shoppings, teatros, cinemas, museus, ginásios esportivos e estádios, escritórios, o cancelamento ou adiamento de eventos de portes distintos, desde um pequeno seminário acadêmico, até megaeventos, como os Jogos Olímpicos.

Todas essas ferramentas estão sendo empregadas em um nível sem precedentes, interferindo em diversos setores da sociedade, entre eles o turismo (Chinazzi et al, 2020). Muitos países fecharam suas fronteiras ou passaram a exigir o cumprimento de quarentena pelos visitantes que ingressam em seus territórios, sobretudo oriundos de países com elevados casos da Covid -19. Esta doença caracteriza-se como a maior emergência de saúde da história recente e o turismo como um dos setores mais fortemente afetados pela pandemia (Coelho & Mayer, 2020, p. 3701).

Metodologia

Estudos qualitativos vêm ganhando, nas últimas décadas, notoriedade nas pesquisas das áreas de ciências sociais e humanidades. Tem crescido também o uso das técnicas de análise de conteúdo em diversas investigações (Silva & Fossá, 2015). A opção pela análise de conteúdo se deve por ser uma técnica de verificação de distintos meios de comunicação, propiciando analisar o que foi observado pelo pesquisador. No caso deste estudo, a análise de conteúdo se refere ao conteúdo informativo presente nos websites de turismo. A análise de conteúdo caracteriza-se como instrumento metodológico, cada vez mais utilizado e em constante aperfeiçoamento, que se aplica a discursos e conteúdos extremamente diversificados (Bardin, 1979). "Trata-se uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação" (Bardin 1979, p.19).

As ações interpretativas, presentes na essência da análise de conteúdo, "recebe a contribuição de técnicas modernas desenvolvidas pelas ciências humanas no início do século XX, procedimento que deverá garantir cientificidade" (Rocha & Deusdará, 2006). Em outras palavras, nos trabalhos de análise de conteúdo, permanece a ideia de que há um "discurso aparente" que precisa ser desvendado, mas agora a interpretação deverá ser guiada "por processos técnicos de validação" (Bardin 1979, p. 14).

Em relação à análise dos conteúdos dos websites oficiais de turismo, foi adotado procedimento metodológico, baseado nas indicações de Bardin (1979), norteadas pelo recurso da análise categorial, ou seja, a delimitação de unidades de codificação. Neste estudo, tais unidades foram definidas, a partir da totalidade dos textos encontrados nos respectivos websites, por meio da categoria saúde pública. Verificou-se então, com base em critérios de classificação, "a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido" (Bardin 1979, p.37). Trata-se, como afirma Bardin (1979), de um método de classificação que visa "introduzir uma ordem, segundo certos critérios, na desordem aparente." (Bardin 1979, p.37).

Na análise do conteúdo informativo dos websites, buscou-se classificá-los em categorias, tópicos e subtópicos que auxiliassem na compreensão dos dados analisados. O caminho percorrido pela análise de conteúdo perpassou pelas distintas fontes de dados, presentes nos websites. A análise de conteúdo pautou-se nos websites oficiais de turismo dos cinco países com maior fluxo turístico receptivo dos continentes americano e cinco do continente europeu. A escolha destes continentes foi pautada na incidência de casos da pandemia da Covid -19, definido em junho/2019, a partir dos dados divulgados pela OMS. A análise dos websites ocorreu entre os dias 15 de maio a 15 de junho de 2020.

Tabela 2.

Casos Coronavírus (Regiões OMS) – 12/06/2020

Continentes (Regiões OMS)	Casos confirmados
<i>Américas</i>	3.560.591
<i>Europa</i>	2.358.953
<i>Mediterrâneo Oriental</i>	716.151
<i>Sudeste da Ásia</i>	422.825
<i>Pacífico Oeste</i>	195.487
<i>África</i>	155.762
Total Mundo	7.409.769

Fonte: Adaptado de Coronavirus disease (Covid-19) outbreak situation (WHO, 2020b) Last update: 12 June 2020, 20:00 GMT-3.

Conforme a tabela 2, os continentes com mais casos confirmados da Covid -19 foram as Américas, com 3.560.591 casos e a Europa, com 2.358.953 casos. Estes dois continentes concentram a maior parte dos casos da Covid -19 no mundo, totalizando em 12 de junho de 2020, 5.919.544 casos, correspondendo a 82,8% dos casos registrados até então.

O continente americano e o continente europeu possuem países com fluxos turísticos receptivos e emissivos elevados. Dos 10 países com maior fluxo turístico receptivo no mundo, 8 integram os continentes europeu ou americano, a saber: 1º. França; 2º. Espanha; 3º. Estados Unidos; 4º. China; 5º. Itália; 6º. Turquia; 7º. México; 8º. Alemanha; 9º. Tailândia; 10º. Reino Unido.

A partir dos dados da Organização Mundial de Turismo, foram definidos os países a serem analisados no continente americano, conforme tabela 3.

Tabela 3.

Chegadas de turistas internacionais e recebimentos de turismo - América

	País	Total de desembarques 2018 (1.000)
1	Estados Unidos	79.618
2	México	41.447
3	Canadá	21.134
4	Argentina	6.942
5	Brasil	6.621

Fonte: Adaptado de International Tourism Highlights 2019 Edition (UNWTO, 2019)

Já a tabela 4, também elaborada a partir dos dados obtidos junto à Organização Mundial de Turismo, apresenta os países europeus analisados neste estudo.

Tabela 4.

Chegadas de turistas internacionais e recebimentos de turismo - América

	País	Total de desembarques 2018 (1.000)
1	França	89.400
2	Espanha	41.447
3	Itália	62.146
4	Turquia	45.768
5	Alemanha	38.881

Fonte: Adaptado de International Tourism Highlights 2019 Edition (UNWTO, 2019)

Os websites foram avaliados por meio da análise do conteúdo, guiados pela literatura relativa ao turismo e saúde pública, mais especificamente, a Covid-19. Com base nos estudos anteriores (Smith, Amorim, Silverman & Umbelino, 2014; Smith, Amorim, Silverman & Umbelino, 2015; Smith & Amorim, 2015) somados aos resultados desta investigação, foram identificados por meio da análise de conteúdo, como instrumento metodológico, quatro categorias.

A primeira categoria identificada agrupa conteúdo relacionado às informações sobre o destino turístico e sua promoção, caracterizando-se como a categoria mais presente e com maior inserção textual e iconográfica nos websites oficiais de turismo. Indica a oferta turística local, destacando os atrativos turísticos, meios de hospedagem, sistema de transporte e eventos a serem realizados, além de recomendar destinos e informar sobre características do clima, dados das localidades, aspectos culturais relevantes para o turismo e informa sobre segmentos turísticos específicos, como o turismo acessível;

A segunda categoria identificada reúne informações com o objetivo de auxiliar os turistas, em caso de necessidade de assistência, a contactar as autoridades locais, estando esta categoria presente na maioria dos websites oficiais de turismo. Indica formas facilitadas de contactar representações diplomáticas, como embaixadas e consulados, instituições de segurança pública e de saúde pública, além das instituições oficiais de turismo e do próprio website oficial de turismo.

A terceira categoria apresenta recomendações em relação ao comportamento preventivo para evitar crimes (andar com pouco dinheiro, evitar o uso de joias etc.), aos riscos em relação a locais perigosos e fora de rotas turísticas, os

cuidados que devem ser tomados em ambientes de predomínio natural (atividades de turismo de aventura, riscos em relação a animais selvagens, insetos etc.), atenção aos riscos de mergulho no mar, rios e lagos, cuidados alimentares e de qualidade da água;

A quarta e última categoria está vinculada à saúde do viajante e indica as exigências de vacinação, as informações relativas ao sistema de saúde local, os riscos de doenças contagiosas (como a Covid-19), as exigências para compra e uso de medicamentos prescritos, legislação sobre uso e porte de drogas, compra e consumo de bebidas alcoólicas, fumo/tabaco, comportamento sexual etc.

Utilizando o protocolo de revisão estabelecido anteriormente (Smith, Amorim, Silverman & Umbelino, 2014; Smith, Amorim, Silverman & Umbelino, 2015; Smith & Amorim, 2015), todas as partes dos sites foram analisadas e revisadas quanto ao conteúdo, categorias, tópicos e subtópicos, propiciando definir não apenas as quatro categorias, mas também 48 tópicos/subtópicos, a saber:

1. Destino/Promoção

- Aspectos da Cultura Local
 - Religião
 - Língua/Idioma
 - Gastronomia
- Atrativos turísticos recomendados
 - Cultural
 - Natural
- Certificações Turísticas
- Clima
- Destinos recomendados
- Eventos
- Hospedagem
- Principais características (área, população, história etc.)
- Transporte
- Turismo Acessível
 - Transporte acessível
 - Serviços acessíveis
 - Equipamentos acessíveis
 - Lugares/Atrativos acessíveis

2. Contato de Autoridades Locais

- Embaixada/Consulados
- Instituição Oficial de Turismo/Website Oficial de Turismo
- Instituições de Saúde Pública
- Instituições de Segurança Pública

3. Segurança Pública/Proteção do Turista

- Lugares perigosos (criminalidade/terrorismo)
- Qualidade da Água
- Recomendações sobre criminalidade e prevenção ao terrorismo
- Segurança Alimentar

- Segurança em ambientes naturais (corpos d'água, animais selvagens, insetos, atividades de aventura etc.)
- Segurança no país, regiões e cidades
- Viagens Aéreas
 - Recomendações de Segurança
 - Restrições de Viagem
 - Alfândega
 - Visto/Imigração
 - Moeda/Câmbio

4. Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante

- Certificação relacionada à saúde
- Comportamento Sexual
- Consumo de Bebidas Alcoólicas
- Desastres Naturais
- Emergências de saúde pública
- Exigências de Vacinação
- Informações relativas ao risco de contágio de doenças (surto, epidemias etc.)
- Informações sobre a Covid-19 para os viajantes
- Informações sobre as exigências para compra e uso de medicamentos prescritos
- Informações sobre assistência médica
- Legislação sobre uso e porte de drogas
- Oferta de hospitais e clínicas para atendimento
- Qualidade do atendimento de saúde (profissionais e instalações)
- Saúde como um nicho de turismo
- Segurança Alimentar
- Seguro de Saúde para Viagem
- Uso de Fumo/Tabaco

De acordo com o que foi destacado anteriormente, a proposta deste trabalho vincula-se a análise da categoria “Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante”, mais precisamente o tópico “Informações relativas ao risco de contágio de doenças (surto, epidemias etc.)”, maximizando a análise da presença de informações relativas à pandemia da Covid-19, conforme pode ser verificado na seção a seguir.

Análise dos Resultados

A análise de conteúdo foi realizada a partir das informações contidas nos websites oficiais de turismo de países europeus e americanos, conforme pode ser visualizado nos quadros 1 e 2.

Quadro 1.

Websites oficiais de turismo visitados - América

	PAÍS	WEBSITE
1	Estados Unidos	Visit the USA https://www.visittheusa.com/
2	México	Visit Mexico

		https://www.visitmexico.com/en/
3	Canadá	Site officiel de Destination Canada https://fr-keepexploring.canada.travel/
4	Argentina	Argentina.Travel https://www.argentina.travel/
5	Brasil	Visit Brasil https://www.visitbrasil.com/

Fonte: Elaboração própria

Quadro 2.

Websites oficiais de turismo visitados - Europa

	PAÍS	WEBSITE
1	França	Explore France https://www.france.fr
2	Espanha	Portal oficial de turismo de España https://www.spain.info/es/
3	Itália	Agenzia Nazionale Turismo http://www.italia.it/en/home.html
4	Turquia	TGA - Turkey Tourism Promotion and Development Agency https://tga.gov.tr/home/
5	Alemanha	The German National Tourist Board https://www.germany.travel/en/index.html

Fonte: Elaboração própria

Um website tem como questão elementar, facilitar o acesso às informações definidas previamente, como mais relevantes para os detentores da referida plataforma (Zhang et al, 2015). As informações prioritárias devem estar na página de abertura do website, ou o caminho de acesso deve estar na página de abertura, por meio de um botão CSS, ou seja, por meio de um “clique” na primeira página, que viabilizará o acesso à informação desejada, propiciando a abertura de outras páginas web. Quanto mais botões CSS a serem acionados/clicados e mais páginas abertas para viabilizar o acesso à informação desejada, menos relevante tende a ser a informação para o desenvolvedor ou proprietário/gestor do website (Chiou et al, 2011).

Os resultados das análises de conteúdo dos websites oficiais de turismo dos cinco países americanos e europeus, escolhidos por critérios já explicitados, indicaram que nem todos apresentaram referências de cuidados com a saúde do viajante, nem informações sobre a Covid-19, conforme pode ser verificado nos quadros 3 e 4.

Quadro 3.

Informações sobre saúde para o viajante e sobre a Covid-19 presentes nos Websites oficiais de turismo visitados - América

Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante	EU A	Méxi co	Cana dá	Argent ina	Brasil
Certificação relacionada à saúde					
Comportamento Sexual					

Consumo de Bebidas Alcoólicas					
Desastres Naturais					
Emergências de saúde pública					
Exigências de Vacinação					
Informações relativas ao risco de contágio de doenças (surtos, epidemias etc.)					
Informações sobre a Covid-19 para os viajantes					
Informações sobre as exigências para compra e uso de medicamentos prescritos					
Informações sobre assistência médica					
Legislação sobre uso e porte de drogas					
Oferta de hospitais e clínicas para atendimento					
Qualidade do atendimento de saúde (profissionais e instalações)					
Saúde como um nicho de turismo					
Segurança Alimentar					
Seguro de Saúde para Viagem					
Uso de Fumo/Tabaco					

Fonte: Elaboração própria

Quadro 4.

Informações sobre saúde para o viajante e sobre a Covid-19 presentes nos Websites oficiais de turismo visitados - Europa

Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante	França	Espanha	Itália	Turquia	Alemanha
Certificação relacionada à saúde					
Comportamento Sexual					
Consumo de Bebidas Alcoólicas					
Desastres Naturais					
Emergências de saúde pública					
Exigências de Vacinação					
Informações relativas ao risco de contágio de doenças (surtos, epidemias etc.)					
Informações sobre a Covid-19 para os viajantes					
Informações sobre as exigências para compra e uso de medicamentos prescritos					
Informações sobre assistência médica					
Legislação sobre uso e porte de drogas					
Oferta de hospitais e Clínicas para atendimento					
Qualidade do atendimento de saúde (profissionais e instalações)					
Saúde como um nicho de turismo					

Segurança Alimentar					
Seguro de Saúde para Viagem					
Uso de Fumo/Tabaco					

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar os websites dos países europeus e americanos, verificamos, por meio da análise de conteúdo, as seguintes informações relativas à saúde para o viajante e mais especificamente sobre a Covid-19.

Europa

1. França: A área destinada para as informações sobre a pandemia da Covid-19 e o turismo na França, foi encontrada sem destaque na primeira página do website. De fato, este era o último tópico da página, que focava nos destinos e atividades turística mais relevantes. Ao acessar a seção das informações sobre a Covid-19, foi possível encontrar recomendações, medidas sanitárias e de deslocamento adotadas em território francês. As informações encontravam-se atualizadas, indicando a abertura gradual do país ao turismo. Também foi possível obter informações sobre as medidas de higiene e saúde, adotadas nos espaços públicos, nomeadamente nos transportes públicos, bares e restaurante, entre outros estabelecimentos. Por fim, destacou-se a necessidade de adoção de “gestos de barreira”, com a finalidade de minimizar o risco de contágio e disseminação da doença.

2. Espanha: O website oficial de turismo da Espanha indicava, em destaque na sua página inicial, as dificuldades para o turismo causadas pela Covid-19. Na opção “Conselhos de Viagem”, havia informações relativas à saúde para o viajante, tais como exigências de vacinação, atendimento no sistema de saúde, acesso a medicamentos, recomendação sobre seguro saúde para turistas, relação da gastronomia com a saúde, problemas do fumo com a saúde e até informações sobre turismo de saúde. Havia também uma opção sobre as informações práticas no contexto da pandemia, com esclarecimentos sobre quem pode entrar em território espanhol, informações sobre a imposição da quarentena imposta aos que entram no país e a previsão de supressão. Também existia orientações de higiene para diminuir o risco de contágio, assim como um mapa da Espanha, com a indicação do nível de circulação ativa do vírus no território. Essa seção finalizava, indicando o processo de transição da Espanha para a (nova) normalidade.

3. Itália: No website oficial da Itália, não foi possível identificar na página inicial, qualquer link ou seção destinada a esclarecer a situação sanitária, assim como os aspectos político-legais do país em relação à Covid-19. Na seção “INFO”, além de disponibilizar um conjunto de informações práticas para o turista, tais como: o clima, transporte, documentação, regras de condução de automóveis etc., foi possível encontrar uma seção destinada às informações sobre a reabertura do setor do turismo, face às limitações impostas por causa do novo coronavírus. Na referida seção foram encontradas informações técnicas para o setor do turismo, abrangendo diversas atividades ligadas direta ou indiretamente ao turismo, a saber: restaurantes, facilidades turísticas, serviços pessoais (cabeleireiros, esteticistas, *tattos studios*), academias de ginástica, piscinas, cinema, teatro, festivais, museus, livrarias etc. Para cada um desses

prestadores de serviço, em específico, foi indicado um conjunto de medidas e estratégias a serem aplicadas, a fim de minimizar o risco de contágio.

4. Turquia: Apresentava na página inicial, a proposta de certificação em Segurança Turística, focando na saúde, por meio de critérios que envolviam limpeza e higiene, a serem aplicados nos alojamentos, bares e restaurantes e agências de aluguel de carros. A certificação será usada para assegurar maior segurança, mas também como estratégia de marketing, para atrair os turistas no contexto pandêmico. A lista de critérios para avaliação da segurança dos estabelecimentos encontrava-se disponível no website de turismo turco. Além disso, o website oficial de turismo da Turquia esclarecia como funciona o sistema de saúde turco, e sobre a atuação do país durante o período da pandemia da Covid-19, destacando a testagem da população (uma das estratégias de controle da doença).

5. Alemanha: A Alemanha possui um website numa disposição bem particular e o assunto “Covid-19”, apesar de não estar em destaque com relação aos outros conteúdos, encontrava-se na página principal e ocupando espaço semelhante aos demais conteúdos presentes. Com relação às informações disponibilizadas, a Alemanha tenta esclarecer o cenário atual do país, fornecendo informações sobre as restrições em áreas públicas e o regime de funcionamento dos estabelecimentos comerciais. Sobre as informações de viagem na Alemanha, durante o período de pandemia, o website alemão dispõe de inúmeras “perguntas frequentes”, com o objetivo de esclarecer questões como: a situação geral do país; a vida pública e as medidas de distanciamento social e de higiene adotadas no país; e as restrições de viagem. Sobre o nível de preparo do país para responder a pandemia da Covid-19, o website oficial de turismo da Alemanha apresenta um plano de emergências sanitárias, adotado em 2017, e que é atualizado com regularidade. Sobre as restrições de viagem, a Alemanha esclarece o processo de abertura gradual de suas fronteiras para as viagens e turismo, além da imposição de quarentena para os visitantes.

América

1. Estados Unidos: No site dos EUA foi possível encontrar informações sobre os principais destinos turísticos, em território estadunidense. Na seção sobre as informações turísticas e conselhos de visita, são esclarecidas questões relativas aos documentos exigidos para entrada nos EUA, vistos, informações relativas às fronteiras aéreas e terrestres, aluguel de automóvel e condução de veículos, alojamentos, locais turísticos a visitar, informações sobre comunicação e tecnologia (telefone, internet, serviços postais etc.). Foi encontrado também indicações sobre a oferta de hospitais e clínicas médicas nos Estados Unidos, destacando que o custo hospitalar nos EUA é elevado, sendo importante para o turista, adquirir um seguro de saúde para sua proteção em território estadunidense. Esta página indicou ainda que algumas farmácias nos Estados Unidos contam com instalações clínicas e profissionais da área médica, sendo o atendimento mais acessível. O website também indicava os principais riscos de desastres naturais nos Estados Unidos, como inundações, tornados, furacões e terremotos, assim como o telefone para emergências deste porte.

Sobre a Covid-19, foi encontrado um link que possibilitava acessar as orientações de saúde pública e de viagens do CDC (Centros de Controle e

Prevenção de Doenças). O website possuía também informações sobre os países com limitação de entrada nos Estados Unidos, mas não existia informações sobre a situação da pandemia no território estadunidense. Havia também a recomendação para que os viajantes acessem os avisos de viagem, emitidos pela Agência de Fiscalização de Alfândega e Proteção de Fronteiras dos EUA (CBP), antes de viajar para território estadunidense.

2. México: No website oficial de turismo do México, não havia recomendações relativas à saúde pública. No entanto, existia uma seção na primeira página, indicando os diferentes nichos de turismo no México, sendo um destes, o relacionado à saúde, destacando o país, como uma referência mundial em assistência médica, possuindo alguns dos melhores centros hospitalares do mundo. O website afirmava ainda que centenas de turistas visitam o México, motivados pela qualidade da saúde pública local. Ainda sobre saúde, havia um link comercial na página de abertura do website, que oferecia cotação de seguro de saúde para viagem ao México. Em relação à Covid-19, constava na parte inferior da página principal, caminhos para acessar informações sobre a Covid-19, incluindo a indicação dos principais sintomas, os grupos de risco, as formas mais adequadas de prevenção e telefones de contato em caso de suspeita de estar doente em território mexicano. Há uma seção de perguntas frequentes sobre a Covid-19 na mesma página.

3. Canadá: A página inicial do Canadá destacava as belezas naturais, fauna, gastronomia, entre outros atrativos do país. Na parte superior da página, foi criado um tópico voltado para informações sobre a Covid-19, esclarecendo quem poderia entrar no país (até então fechado para viagens não-essenciais), a prevenção e planejamento, em tempos de crise sanitária e conselhos para o viajantes (número de emergência e link para o website da agência de saúde pública local). Também havia referência aos transportes aéreos, marítimos e terrestres, assim como em relação a associação de hotéis e eventos, mas sempre direcionando para outra página exterior. Além disso, o website canadense apresentava orientações de higiene, visando minimizar os riscos de contaminação e disseminação do novo coronavírus.

4. Argentina: A página inicial do website oficial da Argentina, apresentava uma seção destinada às informações sobre o “coronavírus e o turismo”. A seção encontrava-se em destaque, juntamente com as informações essencialmente turísticas do país. Ao buscar as informações sobre a Covid-19 no website, abria uma página de serviços de armazenamento e sincronização de arquivos da empresa Google (Google Drive), com duas pastas de arquivos. Na primeira pasta havia um documento em formato pdf, intitulado “Informes de Conjuntura – Turismo e Covid-19”, datado de 30 de março de 2020. Este documento não é direcionado para turistas e não oferece informações práticas sobre a pandemia para os visitantes. A outra pasta apresentava 27 arquivos em formato pdf, sobre dados estatísticos de países emissores para a Argentina, não havendo em seu conteúdo informações sobre a pandemia da Covid-19. Não há, portanto, qualquer referência ao contexto do turismo argentino em tempos de pandemia, nem das medidas tomadas ou requeridas por parte dos turistas.

5. Brasil: O website oficial de turismo brasileiro apresenta em seu conteúdo, informações sobre saúde para o viajante, destacando que o atendimento de saúde pública no Brasil é gratuito e disponibilizando o número telefônico de atendimento de emergência de saúde. Há recomendações sobre vestuário,

alimentação, hidratação e higiene pessoal, como lavar bem as mãos. O website também destaca os perigos de algumas doenças existentes no Brasil, como a Zika, a malária e a febre amarela, indicando os modos de proteção, com o uso de repelentes e sugere a vacinação contra a febre amarela para determinados grupos sociais, em visita a determinadas partes do Brasil. Não há nenhuma informação no website oficial de turismo brasileiro sobre a pandemia da Covid-19.

Discussão

Os dados apresentados na seção anterior, revelam como os websites oficiais de turismo estão sendo utilizados (ou não) como instrumento oficial de comunicação, além da mera função de promoção dos destinos, ao fornecer também informações essenciais, que influenciam diretamente a decisão de viajar e a forma como os visitantes se relacionarão com o destino.

No contexto singular referente ao período que esta pesquisa foi realizada, o turismo encontra-se, de certa forma, paralisado e em vias de se reinventar, buscando adaptar-se, por meio de seus agentes sociais e instituições, às distintas realidades de cada lugar, provocadas pela pandemia da Covid-19. Diante do quadro de receios, restrições e novas exigências, causadas pelo quadro pandêmico, as informações fidedignas tornam-se fundamentais.

Nesse sentido, os websites oficiais de turismo constituem instrumentos de comunicação de maior confiabilidade, uma vez que são geridos por agências do governo ou por estas confiadas, sendo consideradas, portanto, a voz oficial em relação ao turismo local. No entanto, nem sempre informações relevantes são disponibilizadas nos websites oficiais, fazendo com que o turista busque tais informações em outras fontes de comunicação, muitas vezes comprometidas apenas com a ampliação do fluxo turístico receptivo local e das receitas provenientes deste, não levando em consideração a saúde e a segurança de visitantes e da comunidade local.

Analisando os aspectos da saúde disponibilizados nos websites oficiais dos 10 países que compõem esta pesquisa, foi verificado que apenas a Turquia apresentou elementos relativos ao tópico “Certificação relacionada à saúde”. Ao impor critérios de higiene e limpeza a meios de hospedagem, bares e restaurantes e locadoras de veículos, para que recebam o “Safe Tourism Certification” certificação que, de certa forma, poderá impulsionar o destino, a Turquia torna-se inovadora no contexto turístico, oferecendo aos visitantes a possibilidade de escolher integrantes da oferta turística local que cumprem, a princípio, padrões internacionais de higiene e limpeza, proporcionando mais garantias de saúde e segurança aos turistas. A certificação, portanto, funciona como um instrumento de marketing, demonstrando a preocupação dos gestores de turismo com a qualidade do seu produto, assim como, com o bem estar dos seus visitantes, contribuindo com o posicionamento da Turquia, no contexto do

mercado turístico internacional, como destino turístico comprometido com a saúde do viajante.

Nenhum dos países analisados disponibilizou informações sobre “Comportamento Sexual”, nem sobre o “Consumo de Bebidas Alcoólicas” e a repercussão em relação à saúde do viajante. Estes tópicos foram encontrados em outras pesquisas, vinculados à saúde do viajante. Os riscos à saúde provocados por determinados comportamentos sexuais, como a não utilização de preservativos pelos turistas ou, no caso do consumo de bebidas alcoólicas, os riscos do consumo em excesso para a saúde e segurança do viajante. Sobre o tópico “Desastres Naturais”, conforme foi apresentado anteriormente, apenas os EUA disponibilizaram informações úteis sobre este indicador. É amplamente divulgado, por meio de distintas fontes midiáticas, que este país é afetado periodicamente por incêndios florestais, inundações, terremotos, furacões, tornados e nevascas, inclusive em áreas muito turísticas, como nos estados da Califórnia, Flórida, Nova Iorque e Luisiana. Este tipo de informação é de grande utilidade pública. No entanto, muitos dos países, cujos websites foram analisados, também são afetados por catástrofes naturais, mas não informaram sobre tais riscos em seus websites, perdendo a oportunidade de utilizá-los como informador e um facilitador de apoio ao turista. Foram encontradas informações sobre “Emergências em Saúde Pública” apenas nos websites dos EUA, Brasil e Espanha. Esse indicador é muito importante, pois viabiliza o acesso a um canal de assistência, em casos de emergência de saúde para o turista.

O indicador “Exigências de Vacinação” está presente apenas nos websites da Espanha, Argentina e Brasil, o que dificulta o planejamento de viagem por parte dos turistas. Vale lembrar que esse tipo de informação necessita de uma atualização constante, já que os eventuais surtos de doenças e, conseqüentemente, as exigências ou sugestões de vacinas também se alteram. De encontro com a fiabilidade e transparência, vale destacar que muitas vezes as informações disponibilizadas pelas agências de viagens, pelos órgãos de saúde e pelos consulados/embaixadas são contraditórias, impondo, assim, um trabalho extra de organização de viagem para os turistas.

Sobre o tópico “Informações relativas ao risco de contágio de doenças” (surtos, epidemias etc.) nos países pesquisados, a análise dos seus respectivos websites turísticos, apontaram que somente o Brasil disponibilizava informações sobre este tópico. Mesmo países que não possuem surtos ou riscos significativos de contágio de doenças em seus territórios, devem informar sobre os riscos baixos de transmissão de doenças para turistas, visando minimizar a influência da saúde como fator restritivo para o turismo local. Vale destacar que este tópico não incluiu a análise da Covid-19, que se encontra em tópico específico.

As informações sobre a compra e uso de medicamentos são fundamentais, sobretudo, para pessoas que possuem doenças crônicas e fazem uso continuado de medicamentos específicos. Esses turistas podem vir a precisar comprar um medicamento (por perda do seu; por prolongamento imprevisto da viagem; ou mesmo por um descuido qualquer). No entanto, a legislação no país de destino

pode ser diferente, inviabilizando a aquisição de medicamentos essenciais para manutenção da saúde e da vida do turista. Portanto, as informações referentes ao tópico “Informações sobre as exigências para compra e uso de medicamentos prescritos” devem ser amplas e elucidativas, além de integrar todos os websites oficiais de turismo. No entanto, somente a Espanha apresentou dados relativos a este tópico.

As Informações sobre assistência médica foram destacadas somente pelos EUA, Brasil e Espanha. Tais informações são relevantes, pois os custos referentes a consultas, exames e internações podem ser muito elevados e diferentes, de acordo com cada país. Há países com atendimento médico gratuito para moradores e turistas, mas também há países cujo atendimento médico-hospitalar são cobrados e caros. Esclarecer esta situação, para que o turista tome a decisão, por exemplo, de adquirir, ou não, um seguro de saúde para viajar é essencial.

Nenhum dos países analisados, por meio dos seus websites de turismo, disponibilizava informações para os turistas sobre o uso e o porte de drogas em seu território. O consumo de drogas pode levar a severos problemas crônicos e agudos de saúde, inclusive a overdose, que pode levar a morte (em casos mais sérios) ou a internação, com exigência de tratamento médico. No entanto, a falta de conhecimento relativo à legislação e aos códigos sociais do país visitado, pode implicar em prisões, impedimentos de retornar ao país e até pena de morte. À título ilustrativo, alguns países toleram o uso de certas drogas em alguns contextos específicos, enquanto outros países, são bem mais rígidos, sobre a questão das drogas. Tais informações devem estar disponibilizadas para o turista

A informação sobre a oferta de hospitais e clínicas para atendimento está disponibilizada nos websites dos EUA, Brasil e Turquia. Além disso, a Turquia e o México exaltam a qualidade dos seus sistemas de saúde, nomeadamente dos médicos e das suas instalações. A França, a Espanha e o México destacam em seus websites oficiais de turismo a saúde apenas um nicho de mercado, promovendo o turismo de saúde em seus respectivos territórios. Sobre a Segurança alimentar, somente o Brasil e a Espanha apresentam em seus websites oficiais de turismo informações sobre o tema. No caso brasileiro, foi encontrado informações sobre a necessidade dos cuidados com a origem e qualidade dos alimentos a serem consumidos, principalmente no calor. Já o website turístico espanhol ressaltou a qualidade da alimentação fornecida na Espanha e a salubridade da dieta mediterrânea, consumida em determinadas localidades espanholas e também a disposição dos turistas. Sobre o uso de fumo/tabaco, somente o website oficial de turismo espanhol continha informações. Apesar da tendência de proibição do fumo em espaços fechados, esse tipo de situação não é aplicável em todo o mundo. No outro extremo, existem países que proíbem o fumo em qualquer espaço público, mesmo que sejam parques ou praias, comprovando, assim que mais informações sobre as regras de comportamento aceitáveis ou permitidas diferem de país para país e pode ajudar a melhorar a relação entre residentes e visitantes.

O foco deste artigo é no indicador relativo às informações sobre a Covid-19. Dos 10 websites visitados, sete disponibilizavam informações sobre a pandemia (França, Espanha, Turquia, Alemanha, EUA, México e Canadá). No entanto, três websites não apresentavam qualquer informação esclarecedora sobre a situação pandêmica local para o turista (Brasil, Argentina e Itália). O tipo de informação variou desde a abordagem turca de retomada do turismo, apesar da Covid-19, exaltando a estratégia (controle e certificação) adotada para assegurar a proteção do turista no destino e encorajá-los a viajar; abordagens mais superficiais, como a dos EUA, em que o novo contexto sanitário não é omitido mas apresentado de forma muito superficial, fornecendo apenas informações político-legais (permissão de entrada no seu território) ou de assistências em caso de contágio; abordagens mais aprofundadas, em que o foco do conteúdo está no fornecimento de informações para o turista, aprovando-o de dados para proteger a si e ao próximo, promovendo, assim, a quebra da cadeia de contágio e a minimização dos riscos para todos os envolvidos.

Em relação aos três países que nada apresentaram sobre os riscos e a prevenção da Covid-19, em seus respectivos websites oficiais de turismo, Temos o caso da Itália, que possibilitava o acesso apenas a um documento direcionado aos empresários e gestores públicos, sobre as ações a serem adotadas por exigência governamental para a suspensão das restrições impostas anteriormente por conta da pandemia da Covid-19.

No website oficial de turismo da Argentina, apesar da chamada com destaque na página principal, havia apenas um arquivo no formato pdf, em uma pasta do Google Drive, intitulado “Informes de Conjuntura – Turismo e Covid-19”, datado de 30 de março de 2020. Este documento não era direcionado para turistas e não oferecia informações práticas sobre a pandemia para os visitantes. O documento em questão apresentava cinco seções: 1. Introdução; 2. Antecedentes das pandemias no mundo e perspectivas para os próximos meses; 3. Estratégias do setor público frente a crise; 4. Estratégia das empresas turísticas frente a crise; 5. Conclusões. Não havia, portanto, informações sobre os riscos ou ações preventivas relativas a Covid-19 para turistas no website turístico argentino.

Curiosamente, o website oficial de turismo do Brasil apresentava em seu conteúdo informações e orientações sobre outras doenças com elevado risco de transmissão, como a zica, a febre amarela e a malária. No entanto, mesmo vivenciando um descontrole da Covid-19 no país, o website oficial de turismo brasileiro não disponibilizou nenhuma informação sobre a pandemia causada pelo novo coronavírus. Dessa forma, assim como a Itália e a Argentina, o país subutilizou um importante instrumento de conscientização e disseminação de informação, que poderia complementar outras ações rumo à estabilização da doença. Este tipo de informação poderia também fornecer confiança e esperança às pessoas que precisam e desejam viajar para o Brasil.

Considerações Finais

Esta pesquisa analisou o conteúdo fornecido nos websites oficiais de turismo de cinco países do continente americano e cinco países do continente europeu, em relação as informações disponíveis sobre saúde pública para os viajantes e avaliando também o conteúdo informativo sobre a pandemia da Covid-19.

Para isso, foram utilizadas técnicas de análise de conteúdo como instrumento metodológico, norteadas pelo recurso da análise categorial, que permitiu, com base em estudos anteriores, a definição de quatro categorias e 48 tópicos e subtópicos, sendo 17 tópicos relativos à categoria “Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante”.

A disponibilização da informação, bem como sua clareza e a fiabilidade, são fatores de grande importância para o setor de viagens e turismo, sendo a segurança e as questões da saúde, indicadores que pesam na fase de tomada de decisão sobre o destino a visitar, bem como na qualidade da experiência turística vivenciada.

Com exceção da Itália, cujo website oficial de turismo não apresentou claramente nenhuma informação sobre a saúde do viajante ou sobre a Covid-19, direcionada para a demanda turística real e potencial; e a Alemanha, que também não apresentou claramente informações em relação à saúde do viajante, apresentando somente informações sobre a pandemia; os demais países analisados apresentaram conteúdo informativo relativo à “Saúde Pública/Cuidados com a Saúde do Viajante”. No entanto, apenas a Espanha apresentou conteúdo informativo que alcançasse mais de 50% dos tópicos relacionados à saúde do viajante.

Sobre as informações relativas à Covid-19, somente o Brasil e a Argentina, no contexto americano, e a Itália, no contexto europeu, não possuíam conteúdo informativo direcionado para a demanda turística sobre a pandemia, em seus websites oficiais de turismo. Os demais países analisados, por meio dos seus websites, apresentaram conteúdo e caminhos para a obtenção de informações importantes sobre risco e prevenção de contágio pelo novo coronavírus.

Diante do contexto pandêmico, além das restrições legais (de entrada nos países), o receio de viajar caracteriza-se como um fator restritivo para o turismo, contribuindo negativamente para a retomada do referido setor. Alguns países afirmam que já possuem a doença controlada e encontram-se planejando e gerindo a reabertura de suas fronteiras, a fim de possibilitar, entre outras coisas, as viagens turísticas. Dessa forma, as informações relativas às estratégias para o setor são fundamentais para garantir a confiança dos turistas e manter o controle da doença. Mesmo para os países que ainda não apresentam a Covid-19 controlada, é essencial disponibilizar informação com transparência, visando garantir a base informativa para a tomada de decisão pelo turista, a partir de informações fidedignas e, portanto, confiáveis.

Conforme destacado anteriormente, os websites oficiais de turismo constituem fontes importantes de obtenção de informação para o processo de definição e planejamento de viagens. Sendo as limitações de saúde pública um importante fator restritivo para o turismo, as informações relativas a esta questão devem estar disponibilizadas nos websites, contribuindo com conteúdo confiável para a demanda turística real e potencial.

O fato desta pesquisa ter sido realizada durante a pandemia da Covid-19, propicia limitações a esta investigação, pois não se trata de um evento finalizado, encontrando-se em pleno processo evolutivo e plenamente presente em muitos dos países analisados.

Tais limitações de caráter inicialmente conjuntural, mas que podem efetivar-se como estrutural, influenciam intensamente o turismo e repercutem de formas distintas nos diversos países do mundo. A saúde pública vinculada à segurança e saúde do viajante será cada vez mais importante no processo de decisão de viajar, tendendo a provocar mudanças significativas no cotidiano das empresas turísticas e na forma de promoção dos destinos. Os websites oficiais de turismo merecem atenção nas pesquisas futuras, pois tais mudanças tendem a se expressar nos conteúdos informativos destas relevantes fontes de informação destinadas, sobretudo, à demanda turística.

Referências Bibliográficas:

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70, Lisboa

Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Pastore y Piontti, A., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Viboud, C., Xiong, X., Yu, H., Halloran, M. E., Longini Jr, I. M., Vespignani, A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 400(April), 395–400, DOI: 10.1126/science.aba9757

Chiou, W. C., Lin, C. C., & Perng, C. (2011). A strategic website evaluation of online travel agencies. *Tourism Management*, 32(6), 1463–1473.

Coelho, M. F.; Mayer, V. F. (2020). Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens? *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade* v.14, n.39, p. 3698-3706. Especial COVID-19 – 2020 ISSN 1980-5756 | DOI: 10.21171/ges.v 14i3 9.3306

Del Vasto-Terrientes, L., Fernández-Cavia, J., Huertas, A., Moreno, A., & Valls, A. (2015). Official tourist destination websites: Hierarchical analysis and assessment with ELECTRE-III-H. *Tourism Management Perspectives*, 15, 16–28, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.004>

Douglas, M. (1987). “Les études de perception du risque: un état de l’art”. En: Fabiani, J. & Thies, J. (coord.) *La société vulnérable. Évaluer et maîtriser les risques*. École Normale Supérieure, Paris, pp. 55-60

Duran, A. (2018). El turista y la percepción del riesgo El rol de la gestión de la información sobre la imagen de los destinos que han sufrido atentados terroristas. *Estudios y perspectivas en turismo* 27 (4), 831-851 (ISSN 1851-1732)

- Elliot, S., Papadopoulos, N., & Kim, S. (2011), An integrative model of place image: exploring relationships between destination, product, and country images, *Journal of Travel Research*, vol. 50,5, pp. 520-534 (ISSN 1552-6763)
- FCO (The Foreign & Commonwealth Office). (2020). Foreign Secretary advises all British travelers to return to the UK now. Retrieved June 08, 2020, from <https://www.gov.uk/government/news/foreign-secretary-advises-all-british-travellers-to-return-to-the-uk-now>
- Fernández Ávila, V. (2002) “El impacto del terrorismo en las llegadas de turismo internacional -algunos ejemplos”. *Turismo y Sociedad* 1: 70-79
- Fesenmejer, D. & Werthner, W. H. (2006) *Destination Recommendation Systems: Behavioral Foundations and Applications*, CAB International, USA.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020) Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: [10.1080/09669582.2020.1758708](https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708)
- Horng, J., & Tsai, C. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31, 74–85.
- Kalbach, J. (2009). *Design de Navegação Web: Otimizando a Experiência do Usuário*, Bookman, Porto Alegre
- Korstanje, M. (2009). Re-visiting risk perception theory in the context of travel, *E-Review of Tourism Research (eRTR)*, vol. 7(available: http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/109_a-7-4-1.pdf)
- Kozak, M. & Andreu, L. (2006) *Progress in Tourism Marketing*, Elsevier, UK
- Law, R., Qi, S., & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31(3), 297–313.
- Lee, W., & Gretzel, U. (2012). Designing persuasive destination website: A mental imagery processing perspective. *Tourism Management*, 33, 1270–1280.
- Lee, W., Gretzel, U., & Law, R. (2010). Quasi-trial experiences through sensory information on destination web sites. *Journal of Travel Research*, 49(3), 310-322. <https://doi.org/10.1177/0047287509346991>
- Mansfeld, Y. & Pizam, A. (ed.) (2006). “Tourism Security and Safety – from theory to practice”. Elsevier, USA (ISBN 0-7506-7898-4)
- Pizam, A., Tarlow, P. & Bloom, J. (1997), Making Tourists Feel Safe: Whose Responsibility is it? *Journal of Travel Research*, vol. 36, 1, pp.23-28 (ISSN 1552-
- Renda, A.; Teotónio, I. (2017) “Alojamiento turístico en espacio rural: la percepción de los emprendedores”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 26: pp. 845 – 864
- Rocha, D. & Deusdará, B. (2006). Análise de conteúdo e análise do discurso: o lingüístico e seu entorno. *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, v.22 n.1 São Paulo, ISSN 1678-460X, <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-44502006000100002>
- Sancho, A. (1998) “Introdução ao turismo”. Organización Mundial del Turismo, Madrid

Shepherd, C. (2006), Preventive Measures – Is your company ready? Are you?. Preventive Measures LLC, USA (ISBN 0-9779-7920-2)6763)

Silva, A.H. & Fossá, M. T. (2015). Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. Revista Qu@litas, vol.17. No 1, pp. 1-14 (ISSN 1677-4280)

Smith, M.L., Amorim, E. & Umbelino, J. (2013). Accessible Tourism and Disability Service Information Provided on Leading Airline Websites: A Content Analysis, International Journal for Responsible Tourism, vol. 2/4, pp. 7-23 (ISSN 2285-7958)

Smith, M.L., Amorim, E. Silverman, D. & Umbelino, J. (2014). Tourism, safety, and health information provided on official tourism websites of African Countries. International Journal of Business and Management Studies, v 04(01), p.265–272 (ISSN: 2158-1479)

Smith ML, Amorim E, Silverman, D & Umbelino J (2015) “Tourism, Safety, and Health Information provided on official Tourism Websites of North, Central and South American Countries”. International Journal of Safety and Security in Tourism. Issue 9, pp. 18-32

Smith M.L. & Amorim, E. (2015), Tourism, safety, and health information provided on European country websites: A content analysis. Under review. Journal of Hospitality Management and Tourism (ISSN 1447-6770)

Tarlow, P. (2014), “Tourism Security: Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety”, Butterworth-Heinemann, USA (ISBN 9780124115705)

Tomé, M. (2012) “Medo Social e Turismo no Rio de Janeiro”. Tourism & Management Studies. v. 08: p.48-54

Tomé, M. (2018). Factores restrictivos del turismo: la percepción de la demanda real y potencial sobre la seguridad pública en Rio de Janeiro (Brasil). Estudios y perspectivas en turismo 27 (4), 968-984 (ISSN 1851-1732)

UNWTO (World Tourism Organization). (1996). Tourist Safety and Security – Practical Measures for Destinations (ISBN 978-92-844-0152-9). Retrived June 03, 2020, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401529>

UNWTO (World Tourism Organization). (2019). Tourism Highlights 2019 Edition. Retrived may 02, 2020, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

WHO (World Organization Health). (2020a). Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it. Retrived May 21, 2020, from [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)

WHO (World Organization Health). (2020b). Coronavirus disease (COVID-19) outbreak situation. Retrived June 10, 2020, from https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=CjoKCQjwiYL3BRDVARIsAF9E4GchawcVwy1jowhXW8ZOrILsRHwQ9IbAsAokV1e2uF913634CVffWvwaAkGzEALw_wcB

Wilder-Smith, A. & Freedman, D. O. (2020). Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak, *Journal of Travel Medicine*, Volume 27, Issue 2, <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa020>

Wu, Geqi. (2018). Official websites as a tourism marketing medium: A contrastive analysis from the perspective of appraisal theory. *Journal of Destination Marketing & Management*, v. 10 (December),164-17, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.09.004>

Zhang, H., Xu, F., Lu, L., & Lei, Y. (2015). Cultural capital and destination image of metropolitans: A comparative study of New York and Tokyo official tourism websites in Chinese. *Journal of China Tourism Research*, 11, 121–149, <https://doi.org/10.1080/19388160.2014.997414>