

COMPORTAMENTO PLANEJADO, COMPORTAMENTO PASSADO E FAMILIARIDADE: ANÁLISE DE EFICIÊNCIA DESTES PREDITORES NA INTENÇÃO DE IR À VESPERATA DE DIAMANTINA-MG, BRASIL

Theory of Planned Behavior, Past Behavior and Familiarity: Analysis of the Efficiency of these Predictors in the Intention to Visit Diamantina-MG Vesperata, Brazil

CRISTIANE GONTIJO ARAÚJO¹ & ISABELA GONTIJO TOLENTINO²

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

RESUMO

O turismo é um importante setor econômico. Entender a intenção de viagem das pessoas pode ser útil para o planejamento dos destinos, no atendimento à demanda da melhor forma possível. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo avaliar o que influenciaria a intenção de ir à Vesperata de Diamantina, no Estado de Minas Gerais, utilizando para tal a Teoria do Comportamento Planejado, com a inclusão dos construtos comportamento passado e familiaridade. Para tanto, foi realizada pesquisa bibliográfica para elaboração de questionário, seguida de pesquisa quantitativa com 125 respondentes, sendo 101 válidos. Os resultados encontrados demonstraram relevância na inclusão dos novos construtos, que apresentaram efeito positivo na intenção de ir ao evento. Por outro lado, a atitude e a norma subjetiva, não apresentaram efeitos significativos na intenção, corroborando com estudos que tratam da complexidade da escolha de um destino turístico e da dificuldade de previsão da intenção, como em outros comportamentos mais comuns.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Teoria do Comportamento Planejado; Comportamento Passado; Familiaridade; Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil.

¹ **Cristiane Gontijo Araújo** - Mestranda na Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. Currículo: <http://orcid.org/0000-0003-2651-5187> E-mail: crissgontijo@gmail.com

² **Isabela Gontijo Tolentino** - Mestranda na Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. Currículo: <http://orcid.org/0000-0002-1908-1686> E-mail: isabelagtolentino@gmail.com

ABSTRACT

Tourism is an important economic sector. Understanding people's travel intentions can be useful for planning destinations, meeting demand as well as possible. In this sense, this study aims to assess what would influence the intention to go to the Diamantina Vesperata, in the State of Minas Gerais [Brazil], using the Theory of Planned Behavior for this purpose, with the inclusion of the constructs past behavior and familiarity. The methodology included bibliographic research for questionnaire elaboration, followed by quantitative research with 125 respondents, 101 of which are valid. The results showed relevance in the inclusion of the new constructs, which had a positive effect on the intention to attend the event. On the other hand, the attitude and the subjective norm did not present significant effects on the intention, corroborating with studies that deal with the complexity of the choice of tourist destination and the difficulty of forecasting the intention, as in other more common behaviors.

KEYWORDS

Tourism; Theory of Planned Behavior; Familiarity; Past Behavior; Diamantina Vesperata, Minas Gerais, Brazil.

INTRODUÇÃO

Vários países emergentes têm se esforçado na tentativa de criar as suas próprias marcas (Bianchi, Milberg & Cuneo, 2017). Entre as principais preocupações estão a atração de turistas, visto o potencial de geração de receita. Conforme aponta o relatório anual da World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019), o turismo é um dos setores econômicos de destaque no mundo, correspondendo a 10,4% do PIB, sendo que o Brasil é o 12º no ranking de participação desse montante. Em Minas Gerais, a Fundação João Pinheiro (2017) criou uma metodologia para entender a atividade turística do Estado e todos os seus municípios e, assim, oferecer subsídios a políticas públicas que fomentem o setor. Tal estudo foi utilizado como ponto de partida por Gonçalves e Castellane (2018), que se propuseram a dissecar por meio de uma análise econométrica os determinantes da produção do turismo, reforçando a sua relevância.

Nesse cenário, entender o que faz as pessoas viajarem é de interesse dos estudiosos da área, bem como dos seus gestores. Destaca-se, aqui, o papel dos observatórios de turismo enquanto geradores de informação para tomada de decisão dos gestores responsáveis pela promoção de políticas de incentivo ao turismo. Oliveira, Miranda e Amaral (2018) apresentam estudo sobre

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

atuação dos observatórios de turismo no Brasil e concluem que é necessário fortalecer a utilização das informações produzidas. Os autores identificam, ainda, que os gestores demandantes desse tipo de informação têm mais familiaridade e preferência por abordagens quantitativas à qualitativas. Percebe-se, portanto, uma oportunidade e também necessidade de maior utilização de modelos que gerem informações gerenciais quantitativas. Ações de marketing para promover o turismo também são enfoques de pesquisa como a de Sousa e Alves (2019), além de necessidade prática desses gestores. Os autores colocam em evidência um tipo de turismo de nicho que tem crescido bastante, o turismo médico. No contexto desse tipo de turismo, Sousa e Alves (2019) sugerem que o compromisso, a confiança e a cooperação – construtos do marketing de relacionamento – afetam positiva e diretamente a satisfação do turista assim como a sua fidelização.

Preocupação anterior à fidelização é conseguir prever o comportamento do turismo e o que leva à decisão de viajar, tarefa considerada complexa (Yuzhanin & Fisher, 2016; Chien, Yen & Hoang, 2012; Lam & Hsu, 2006). A clássica Teoria do Comportamento Planejado [TCP], de Ajzen (1991), tem sido uma aliada nesse desafio, por meio da avaliação da atitude em relação ao comportamento, normas subjetivas e controle comportamental percebido (Yuzhanin & Fisher, 2016). A fim de refinar os resultados da TCP, a utilização de construtos adicionais como o comportamento passado (Lam & Hsu, 2006) e a familiaridade (Bianchi, Milberg & Cuneo, 2017) tem sido acrescentada ao modelo. Segundo Ajzen (1991), o comportamento passado tratado nas devidas condições, pode ser um preditor útil na intenção do comportamento posterior. Yang, Yuan e Hu (2009) afirmam que: “Quanto mais familiar é um destino para os turistas, mais atraente ele se torna” (p. 185).

Diante desse contexto, a intenção deste estudo é a de entender o que influencia a intenção do turista em ir à Vesperata de Diamantina. A Vesperata é um evento musical tradicional, naquela que é uma das principais cidades históricas brasileiras, cujo Centro Histórico está inscrito como Patrimônio Cultural da Humanidade, pela Unesco, desde 1999. A Vesperata também foi declarada como Patrimônio Cultural de Minas Gerais, agora pelo Governo do Estado, desde 2016. As patrimonializações estão entre as principais motivações para visitas de turistas, segundo a pesquisa Perfil da Demanda Turística Real de Diamantina e Região (Silveira & Medaglia, 2014).

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

Gonçalves e Castellane (2018) ressaltam que, embora em 2014 o turismo de Minas Gerais tenha representado apenas 3,72% do total do PIB estadual, esse valor ultrapassa os 10% em alguns municípios. Por isso, os autores defendem que “a eficácia, efetividade e contribuição para o desenvolvimento econômico regional preconizado pela política dependem de uma atuação governamental com capilaridade e que respeite potencialidades e gargalos locais” (p. 4-5). Com esses argumentos, reforça-se o recorte feito bem como a importância deste estudo. Assim, na perspectiva da literatura, pretende-se testar um modelo estendido da TCP que utilize o comportamento passado e a familiaridade. O estudo pode complementar e/ou contrapor ainda os achados de Gonçalves e Castellane (2018), pois, na pesquisa dos autores, os circuitos turísticos, os atrativos turísticos específicos e mesmo a existência de tombamentos patrimoniais não apresentaram relação com o gasto per capita de Minas Gerais com o turismo. Em se tratando das implicações gerenciais, espera-se contribuir com o entendimento do que leva o turista à Vesperata, ajudando os organizadores e a própria administração de Diamantina no planejamento de campanhas e até mesmo de suprimentos da cidade.

DAS JANELAS DOS CASARÕES: A VESPERATA DE DIAMANTINA

Pires (2017) abordou em um estudo o processo de construção de cidade histórica como principal destino turístico cultural em Minas Gerais. A autora analisa dos relatos dos viajantes estrangeiros do século XIX aos modernistas brasileiros, que redescobriram essas cidades e se interessaram pela preservação de seu patrimônio. Enquanto alguns viajantes do século passado acharam as cidades feias e decadentes, os contemporâneos as definiram como reduto da nacionalidade, como legítimos exemplares da brasilidade e de um passado colonial. Pires (2017) destaca a hospitalidade mineira como uma das principais marcas da mineiridade, expressa por aspectos específicos da sociabilidade relacionada à culinária e ao temperamento do regional.

Entre essas cidades históricas mineiras encontra-se Diamantina, antigo Arraial do Tijuco, que desde que se tornou Patrimônio Cultural da Humanidade, em 1999, ganhou maior visibilidade como destino turístico. Silva e Sant’Anna (2015) analisaram as intercorrências que surgiram como consequência do aumento de turismo na cidade, que naturalmente promove um intercâmbio cultural entre o turista e o morador. Os pesquisadores fizeram um grupo focal com diamantinenses envolvidos com o turismo, para entender os impactos e perceberam que estes advêm de três vertentes principais: o fim do garimpo, a ampliação da Universidade e o turismo.

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

Para Silva e Sant'Anna (2015), o desenvolvimento da atividade turística ocorreu de forma improvisada e causou nos moradores a impressão de que teria motivado o fim da atividade garimpeira, ao mesmo tempo em que os trabalhadores do garimpo não conseguiram se inserir nessa nova atividade. Silva e Sant'Anna (2015) citam ainda uma ruptura com os valores tradicionais, que levam os participantes da pesquisa a temerem uma perda da identidade da cidade; além do fato de que os grandes eventos da cidade – como o Carnaval e a Vesperata – beneficiariam a poucos empresários que, algumas vezes, não são da cidade.

Como o objeto de estudo deste artigo é a Vesperata, tendo em vista a sua notoriedade para a agenda cultural de Diamantina e de Minas Gerais, o enfoque foi dado a este evento. A Vesperata de Diamantina, há mais de duas décadas, consiste em um concerto musical em que músicos se apresentam em sacadas e janelas de casarões na Rua da Quitanda, segundo o site da Prefeitura de Diamantina. Essa prática remonta a um costume similar, do século XVIII. A Vesperata acontece na época da seca, por ser um evento aberto. Na ocasião, há apresentações da Banda Mirim Prefeito Antônio de Carvalho Cruz e da Banda do 3º Batalhão da Polícia Militar. O evento é uma das principais motivações para atração de turistas, bem como uma das razões apresentadas para se retornar à cidade, segundo a pesquisa Perfil da Demanda Turística Real de Diamantina e Região, realizada pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri [UFVJM, 2014]. A pesquisa ainda apresenta a Vesperata como a atividade que os turistas mais gostaram de participar. A característica musical da cidade, marcada pelo evento, conferiu à Diamantina a iniciativa de concorrer ao prêmio Cidades Criativas, da Unesco, na categoria música, na edição de 2019. Além disso, devido a sua relevância, o governo mineiro promulgou a Lei 22.456 (2016), que reconhece a Vesperata como Patrimônio Cultural de Minas Gerais.

Para Alves e Nascimento (2014), a Vesperata de Diamantina é um produto turístico. Os autores partem da análise dos aspectos da descaracterização e do hibridismo cultural para embasar seus argumentos. Já Guimarães e Ferreira (2006) defendem o turismo de eventos como um impulsionador do destino ao aumentar o fluxo e o tempo de permanência dos visitantes, ajudando na redução de efeitos sazonais e a resgatar e valorizar recursos culturais e naturais. Guimarães e Ferreira (2006) também estudaram o evento de Diamantina e ressaltaram os pontos positivos e negativos da Vesperata a partir de sua pesquisa. Entre os pontos positivos, destacam-se: a movimentação econômica na cidade [mais empregos, mais vendas e geração de receita]; o desenvolvimento do comércio local; a criação de novos projetos turísticos

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

envolvendo outros atrativos musicais culturais assim como a criação ou a união de outros eventos na cidade que não têm a mesma atratividade, mas que podem ajudar a diminuir os impactos sazonais do turismo (Guimarães & Ferreira, 2006).

Como pontos negativos, têm-se: boa parte da renda dos eventos fica em agências que não operam em Diamantina; concentração da renda gerada na mão de poucos empresários; preferência pela venda de ingressos para turistas em detrimento dos moradores, excluindo-os do evento; inversão da motivação da visita à cidade, que antes estava vinculada mais fortemente a sua riqueza arquitetônica e histórica; desvinculação do evento ao acervo musical da cidade (Guimarães & Ferreira, 2006). Muitos dos pontos levantados pelo estudo de Guimarães e Ferreira (2006) são citados também por Alves e Nascimento (2014) e Silva e Sant'Anna (2015). Para Guimarães e Ferreira (2006), a pesquisa realizada mostra com clareza a necessidade da interferência dos poderes públicos no gerenciamento do turismo para que este seja de fato um fator positivo para o desenvolvimento da comunidade diamantinense.

Essa preocupação com a cultura local e com o impacto do turismo no destino vai ao encontro das tendências contemporâneas da área, conceituadas pelo ecoturismo, apresentados por Roseta, Souza e Roseta (2020). De acordo com esses autores, o ecoturismo não envolve apenas o turismo da natureza, mas é a evolução natural do turismo que se preocupa com o meio ambiente, a cultura e as tradições locais, promovendo a educação ambiental. Para Roseta, Souza e Roseta (2020) é importante trabalhar na imagem do destino e considerar esses aspectos antes, durante e depois da experiência turística, buscando conquistar a satisfação, o apego e a fidelidade dos visitantes para que possam desenvolver um vínculo com o destino. Dessa forma, entender melhor o comportamento dos turistas que vão a um evento tão significativo para Diamantina como a Vesperata pode amparar os gestores envolvidos com a atividade turística da cidade e auxiliar as políticas públicas para o melhor aproveitamento pelos moradores da cidade. Têm-se na TCP um instrumento para entender esse cenário, na tentativa de prever a intenção de possíveis turistas participarem do evento.

UMA BREVE APRESENTAÇÃO DA TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO

Explicar o comportamento humano, conforme reforça o psicólogo social Ajzen (1991), é tarefa difícil. No artigo *The Theory of Planned Behavior*, Ajzen (1991) faz uma revisão da Teoria do Comportamento Planejado, teoria que tem como objetivo explicar e prever o comportamento

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

humano em situações específicas, a partir da atitude, das normas subjetivas e do controle comportamental percebido. A Teoria do Comportamento Planejado [TCP] é uma extensão da Teoria da Ação Racional [TAR] (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen & Fishbein, 1980). A incrementação da TAR se tornou necessária, segundo Ajzen (1991), pela sua limitação em lidar com comportamentos nos quais as pessoas têm controle volitivo incompleto. A diferença entre as duas está na adição do controle comportamental percebido. Nesse sentido, o pesquisador discorre sobre a autorregulação cognitiva e apresenta a sua relevância para o seu modelo teórico. O autor também inclui o comportamento passado na equação, a fim de demonstrar a suficiência da teoria.

Ajzen (1991) elucida a relação entre as atitudes e as crenças comportamentais, as normas subjetivas e as crenças normativas e o controle comportamental percebido e as crenças de controle saliente sobre o comportamento. Esses construtos do modelo atual são listados no Quadro 1.

Quadro 1 - Construtos TCP

Construto	Definição
Crenças comportamentais	Uma crença comportamental se forma a partir da probabilidade subjetiva de que o comportamento produza um resultado ou uma experiência específica. As crenças disponíveis, em combinação com as expectativas dos resultados e das experiências esperados, dão origem à atitude predominante em relação ao comportamento
Atitude em relação ao comportamento	Avaliação positiva ou negativa do desempenho do comportamento. De acordo com o modelo expectativa-valor, a atitude é determinada pelo grupo de crenças comportamentais disponíveis, que ligam o comportamento a resultados e experiências
Crenças normativas	Referem-se à percepção do comportamento esperado de pessoas ou de grupos de referência. Essas percepções, junto à motivação para agir, formam a norma subjetiva dominante. Essa motivação contribui em proporção direta à probabilidade subjetiva da opinião favorável de sua pessoa de referência de que deve executar o comportamento
Normas subjetivas	Pressão social percebida para se envolver ou não em um comportamento. As normas subjetivas serão determinadas pelo acesso às crenças normativas sobre pessoas ou grupos importantes de referência
Controle de crenças	Diz respeito aos fatores que podem facilitar ou dificultar a realização de um comportamento. A crença de controle, considerando o poder percebido de controle de cada fator, determina o controle comportamental percebido predominante. Essa contribuição acontece em proporção direta à probabilidade subjetiva da pessoa de que o fator de controle está presente
Controle comportamental percebido	Percepções da capacidade de cada indivíduo de realizar um determinado comportamento. O controle comportamental percebido que refletir o comportamento real pode, com a intenção, ser usado para prever o comportamento
Controle comportamental real	O bom desempenho de um comportamento depende não só de uma intenção favorável, mas também de um nível suficiente de controle comportamental, composto por habilidades, recursos e outros pré-requisitos necessários para execução de determinado comportamento

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil.

Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

Intenção	É o principal preditor do comportamento, sendo o seu antecedente imediato. A intenção é fundamentada na atitude em relação ao comportamento e à norma subjetiva, cada uma ponderada por sua importância em relação ao comportamento e à população de interesse, e sua influência é moderada pelo controle percebido
Comportamento	A resposta demonstrada e observável em uma determinada situação com relação a certo contexto. Para a TCP, o comportamento é uma função de intenções e percepções compatíveis de controle comportamental

Fonte: Adaptado pelos autores (2021) com base em Ajzen (1991)

A TCP tem sido utilizada em diversas áreas em busca de prever comportamentos, inclusive no turismo. Yuzhanin & Fisher (2016) fizeram uma revisão de literatura em busca de avaliar a eficiência do uso da TCP para explicar e prever o comportamento de turistas, que será abordada no próximo tópico.

A Teoria do Comportamento Planejado pode prever a intenção de viajar? - Prever a tomada de decisão de viajar para um destino escolhido é uma atividade complexa (Yuzhanin & Fisher, 2016; Chien et al., 2012; Lam & Hsu, 2006). Segundo Yuzhanin e Fisher (2016), isso acontece porque o turismo pode ser considerado uma atividade de consumo incomum, pois o indivíduo vai para o local de consumo e há ainda um período entre a intenção de viajar e a chegada no destino.

Na revisão de Yuzhanin e Fisher (2016), cujo objetivo era analisar o uso da TCP para prever as intenções de escolher um destino de viagem, foram encontrados apenas quinze artigos que atendiam aos pré-requisitos de sua investigação, artigos revisados por pares e publicados em periódicos bem avaliados. Como o número foi baixo, para aprofundar o conhecimento sobre o tema também foram incluídas na análise dissertações e teses não publicadas. É válido ressaltar que o primeiro estudo foi encontrado em 2004, o que pode mostrar, de certa forma, uma limitação, além do fato de estarem concentrados majoritariamente em países asiáticos. Todas as pesquisas foram quantitativas e os principais resultados foram resumidos no Quadro 2.

Quadro 2 - Resumo Estudos TCP e intenção de viajar

Autores	Objetivo do estudo	Influência da atitude em relação ao comportamento	Influência das normas subjetivas	Influência do controle comportamental percebido
Lam & Hsu (2006)	Entender as intenções de 299 turistas taiwaneses de escolher Hong Kong como destino de viagem	Irrelevante	Relevante	Relevante

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil.

Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

Hsu, Yen, Chiu e Chang (2006)	Prever a propensão das pessoas a viajar para destinos estrangeiros. Os pesquisadores estavam interessados na influência dos grupos de referência nas intenções dos viajantes chineses de escolher um destino de férias	Irrelevante	Relevante	Relevante
Phetvaroon (2006)	Prever as intenções do turista em relação ao destino (Phuket, Tailândia) que estava se recuperando de um tsunami;	Relevante	Relevante	Relevante
Sparks (2007)	Examinar as intenções de visita regiões vinícolas da Austrália	Irrelevante	Irrelevante	Relevante
Sparks & Pan (2009)	Investigar valores de potenciais turistas chineses de saída em termos de atributos de destino, investigando atitudes, influências, restrições e fatores de controle que poderiam afetar as intenções de potenciais viajantes chineses em visitar a Austrália	Irrelevante	Relevante	Relevante
Shen, Schüttemeyer & Braun (2009)	Inspecionar as intenções dos turistas em viajar para locais de patrimônio cultural mundial	Irrelevante	Irrelevante	Relevante
Quintal, Lee, & Soutar (2010)	Antecedentes das intenções de turistas sul-coreanos, chineses e japoneses em visitar a Austrália	Relevante apenas na amostra japonesa	Relevante	Relevante
Martin, Ramamonjirivelo & Martin (2011)	Medir as intenções de 453 estudantes de graduação nos EUA de viajar para países em desenvolvimento para tratamento médico	Relevante	Relevante	Irrelevante
Lee, Han & Lockyer (2012)	Examinar os planos dos turistas japoneses de irem à Coreia do Sul com propósitos semelhantes de viagem	Relevante	Relevante	Relevante
Han, Lee & Lee (2011)	Prever as intenções dos viajantes chineses do continente de visitar a Coreia do Sul	Relevante	Relevante	Relevante
Hsu & Huang (2012)	Avaliar as intenções de viagem dos cidadãos de Pequim, Xangai e Guangzhou	Relevante	Relevante	Irrelevante
Chien, Yen & Hoang (2012)	Analisar as intenções dos turistas de escolher um resort de praia no Vietnã	Relevante	Relevante	Irrelevante

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

Hsu (2013)	Prever as intenções das pessoas de se envolver no turismo esportivo em Taiwan	Relevante	Irrelevante	Irrelevante
Al Ziadat (2014)	Interpretar as intenções de revisita de 403 turistas internacionais na Jordânia	Relevante	Relevante	Irrelevante

Fonte: Criado pelas autoras (2021) a partir de Yuzhanin e Fisher (2016)

O estudo de Lam e Hsu (2006) foi considerado na pesquisa de Yuzhanin e Fisher (2016), pioneiro no uso da TCP para prever a intenção de viajar. Por meio de pesquisa realizada com 299 potenciais viajantes de Taiwan para Hong Kong, os autores concluíram que os achados se ajustaram ao modelo TCP moderadamente bem. A pesquisa foi realizada nas áreas de trânsito restrito do Aeroporto Internacional de Hong Kong, único lugar permitido pela autoridade aeroportuária. Antes, contudo, foi realizado um grupo focal com doze potenciais viajantes de Taiwan a Hong Kong, para avaliar e validar os itens do instrumento de pesquisa. Entre os três construtos da TCP, o único que não apresentou efeito significativo na intenção comportamental foi a atitude em relação ao comportamento, ou seja, independente se a atitude foi favorável ou desfavorável, ela não influencia a intenção de viajar para Hong Kong (Lam & Hsu, 2006). Para os autores, a principal hipótese é que o destino pode ser considerado apenas uma parada na rota para a China, pois não havia voo direto entre as duas partes, assim não se caracterizaria como uma decisão consciente, tomada de acordo com a atitude.

Lam e Hsu (2006) relatam, ainda, que as normas subjetivas apresentaram o efeito mais significativo, corroborando a preponderância da pressão social nas decisões dos taiwaneses. Já o controle comportamental percebido obteve um resultado notável, sendo que algumas restrições poderiam diminuir, mas não impedir a intenção de viagem. Essas restrições, esclarecem Lam e Hsu (2006), estavam ligadas a questões de segurança, principalmente. É válido ressaltar que o comportamento passado também demonstrou um impacto significativo na intenção comportamental, indo ao encontro do que propôs Ajzen (1991), segundo o qual, quando as pessoas tomam decisões conscientes, o comportamento passado pode influenciar o comportamento presente.

No geral, os estudos mostraram resultados bastante conflituosos. Dos 15 estudos percorridos por Yuzhanin e Fisher (2016), três demonstraram apoio consistente à utilidade da TCP na previsão de intenções de escolher um destino de viagem. São eles: a tese de doutorado de Phetvaroon (2006); o estudo de Han et al. (2011), que relatou que as três variáveis antecedentes

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

das intenções dos viajantes chineses do continente em visitar a Coréia do Sul se mostraram estatisticamente significativas; e a pesquisa de Lee et al. (2012) também concluiu que atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido influenciaram estatística e significativamente as intenções dos turistas japoneses de viajar para a Coréia do Sul para tratamento médico.

Embora Yuzhanin e Fisher (2016) concluam que há uma variação grande nos achados das pesquisas, dos quais a Teoria do Comportamento Planejado não é suficiente para explicar o comportamento de viagem, não é esperado que todos os construtos da TCP contribuam de maneira uniforme, abrangente e simultânea na intenção do comportamento (Ajzen, 1991). Yuzhanin e Fisher (2016) sugerem que uma possível maneira de melhorar a previsibilidade da TCP é incluir novos construtos. Para isso, é necessário avaliar se os novos construtos não podem ser integrados originalmente aos sugeridos pelo modelo, essa é uma recomendação do próprio Ajzen (1991). A partir desses estudos, que demonstram em maior ou menor relevância os três construtos da TCP – atitude, normas subjetivas e controle percebido –, formularam-se as seguintes hipóteses: [H1] A atitude do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar; [H2] A norma subjetiva do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar; [H3] O controle percebido do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar

Esse destino te soa familiar? - Entre os diversos construtos adicionados à TCP em busca de complementar o seu poder preditivo, o comportamento passado é um dos citados e incrementados por Ajzen (1991). Em consonância com esse construto, estudiosos como Bianchi, Milberg e Cuneo (2017) têm utilizado a familiaridade em uma proposta de modelo estendido da TCP. Para Ajzen (1991), a afirmação de que o “comportamento passado é o melhor preditor do futuro” (p. 202) depende de algumas condições, isto é, todos os fatores conhecidos, internos e externos ao indivíduo devem permanecer estáveis ao longo do tempo. Yang, Yuan e Hu (2009) apresentam a familiaridade como um construto multidimensional.

Segundo Ajzen (1991), o comportamento passado foi testado ainda na Teoria da Ação Racional. De acordo com o autor, Bentler e Speckart (1979) foram os primeiros a testarem o comportamento passado junto à TAR. Fredricks e Dossett (1983) sugeriram que o comportamento passado teria influência no comportamento posterior independente dos efeitos de crenças, atitudes, normas subjetivas e intenções (Ajzen, 1991). A premissa dessas

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

pesquisas era que um comportamento repetido pode se tornar um hábito, independentemente dessas variáveis, no entanto, Ajzen alerta que não podemos inferir que o comportamento passado é uma medida válida de hábito, sendo uma variável diferente. O autor conclui que “o comportamento passado é melhor tratado não como uma medida de hábito, mas como um reflexo de todos os fatores que determinam o comportamento de interesse” (p. 203). Ainda, ele recorre ao controle comportamental percebido como um potencial construto para explicar melhor o efeito do passado no comportamento posterior, ressaltando o avanço da TCP em relação à TAR. Yuzhanin e Fisher (2016) relatam que estudos que objetivaram prever a intenção de viagem validaram o comportamento passado como um preditor, como Lam e Hsu (2006).

Em se tratando da familiaridade, vários conceitos são apresentados por Yang, Yuan e Hu (2009). Os autores consideram em sua pesquisa a familiaridade informacional como toda informação buscada de forma autônoma, inclusive por meio dos relacionamentos sociais, indo além da propaganda turística. Baloglu (2001, citado por Yan et al., 2009) descreve três tipos de familiaridade: a informativa, originada das diversas fontes de consulta; a experimental, de experiências passadas ou repetidas; e a auto avaliativa, que se constitui na projeção de como entrevistados pensavam em estar naquele lugar. Além da familiaridade, Yang, *et al.* (2009) investigaram a imagem do destino. Em ambos os casos os autores confirmam a influência na intenção de viajar de Chongqing para Xangai. O estudo ajuda a entender o conceito de familiaridade do destino, concebe as duas dimensões da familiaridade – a informação autônoma e o relacionamento social e conclui que a familiaridade pode influenciar expressivamente a imagem do destino e a intenção de visita: “Quanto mais familiar é um destino para os turistas, mais atraente ele se torna” (p. 185).

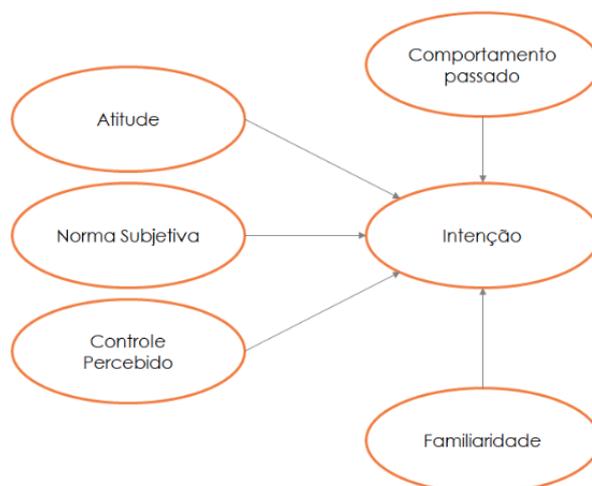
Na proposta de modelo estendido da TCP de Bianchi, Milberg e Cuneo (2017) são acrescentadas a familiaridade do destino e a Teoria do Autoconceito. Em relação à TCP, os resultados corroboraram a pesquisa de Yuzhanin e Fisher (2016), pois, enquanto as normas subjetivas e o controle comportamental percebido foram preditores fortes das intenções dos viajantes de curta e longa distância de visitar o Chile para férias, a atitude se mostrou significativa apenas para os viajantes de longa distância, resultado consistente com os achados de Lam e Hsu (2006). Bianchi, Milberg e Cuneo (2017) concluem que o modelo TCP estendido “possui um bom poder explicativo e que a familiaridade e o autoconceito de destino, em particular o eu social ideal,

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

ajudam a diferenciar o que impulsiona as intenções dos viajantes de curta e longa distância de visitar o Chile” (p. 312).

Para esta pesquisa, os dois construtos, comportamento passado e familiaridade, foram adicionados ao modelo TCP, com os devidos cuidados para que as perguntas fossem específicas, conforme recomendação de Yuzhanin e Fisher (2016), chegando às seguintes hipóteses: [H4] O comportamento passado do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar; [H5] A familiaridade do turista com o evento afeta positivamente sua intenção de participar. Diante das hipóteses propostas, têm-se o seguinte modelo adaptado, considerando os construtos da TCP (Ajzen, 1991), comportamento passado e familiaridade [Figura 1].

Figura 1 - Modelo Tcp aplicado no presente estudo



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos foram realizadas duas fases de pesquisa. A primeira foi a pesquisa bibliográfica, que contribuiu para o aprofundamento dos assuntos e proposição do instrumento de pesquisa. A pesquisa bibliográfica “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (Diehl & Tatim, 2004, p.58).

O questionário proposto foi utilizado na segunda fase, descritiva e quantitativa. A amostragem foi não probabilística e intencional. Amostras não probabilísticas são aquelas “selecionadas por critérios subjetivos do pesquisador, de acordo com sua experiência e com os objetivos do estudo” (Samara & Barros, 2002, p. 94). Os dados foram obtidos a partir de formulário divulgado

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

na página do Facebook do Observatório do Turismo do Governo do Estado de Minas Gerais, em grupos do Facebook sobre assuntos voltados para Diamantina e nas redes sociais pessoais das pesquisadoras, entre os dias de 22/11/19 a 30/11/2019. Foram coletadas 125 respostas para o questionário [Quadro 3], das quais 101 atendiam ao critério filtro de ter costume de realizar viagens turísticas. Não era necessário ter ido ao evento previamente para participar da pesquisa.

Quadro 3 - Indicadores dos construtos

Dimensão	Indicador	Referência
Atitude	AT1: Ir à Vesperata de Diamantina seria prazeroso	Hsu e Huang (2010)
	AT2: Ir à Vesperata de Diamantina seria emocionante	
	AT3: Ir à Vesperata de Diamantina seria divertido	
Norma Subjetiva	NS1: Pessoas que são importantes para você te incentivariam a ir à Vesperata de Diamantina	Hsu e Huang (2010)
	NS2: Pessoas que são importantes para você aprovariam sua ida à Vesperata de Diamantina	
	NS3: Pessoas que são importantes para você iriam à Vesperata de Diamantina	
Controle Percebido	CP1: Ir à Vesperata de Diamantina depende completamente de você	Ajzen (1991); Hsu e Huang (2010)
	CP2: Se você quisesse, poderia ir à Vesperata de Diamantina	
	CP3: Você tem total controle sobre a decisão de ir à Vesperata de Diamantina	
	CP4: Você acredita que teria tempo suficiente para ir à Vesperata de Diamantina	
	CP5: Você acredita que teria dinheiro suficiente para ir à Vesperata de Diamantina	
	CP6: Ir à Vesperata de Diamantina é uma ação viável	
Familiaridade	FA1: Você está familiarizado com a Vesperata de Diamantina enquanto destino turístico de Minas Gerais	Bianchi, Milberg e Cuneo (2017)
	FA2: Você está familiarizado com as atrações da Vesperata de Diamantina	
	FA3: Você conhece a Vesperata de Diamantina mais do que outras pessoas próximas	
Intenção	INT1: Você pretende ir à Vesperata de Diamantina no próximo ano	Ajzen e Fishbein (1980); Hsu e Huang (2010)
	INT2: Você planeja à Vesperata de Diamantina no próximo ano	
	INT3: Você quer ir à Vesperata de Diamantina no próximo ano	
	INT4: Você provavelmente irá à Vesperata de Diamantina no próximo ano	
Comportamento Passado	CP1: Quantas vezes você já foi à Vesperata de Diamantina?	Lam e Hsu (2006)

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 101 respondentes, 71 são mulheres (70,3%), 29 são homens (28,71%) e 1 preferiu não declarar (0,99%). A faixa etária com maior predominância é a entre 25 e 34 anos (44,55%),

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

seguida pela de mais de 54 anos (25,74%), 35 a 44 anos (14,85%), 45 a 54 anos (8,91%) e 18 a 24 anos (5,94%). Apesar da presença de respostas de nove estados brasileiros e do Distrito Federal, a maioria é residente de Minas Gerais (86,14%). Além disso, têm-se uma população bem instruída, a maioria possui ao menos graduação (91,08%), com grande parte com renda individual mensal na faixa compreendida entre R\$ 5.000 e R\$ 10.000 (31,68%); seguidos por indivíduos com renda com mais de R\$ 10.000 (16,83%). Os dados obtidos foram analisados no software SmartPLS. Inicialmente verificou-se o modelo de mensuração a partir das análises da validade convergente [AVE], validade discriminante e confiabilidade do modelo [Alfa de Cronbach e Confiabilidade Composta]. Em seguida, o modelo estrutural foi avaliado por meio da análise das significâncias das correlações e regressões [Teste t de Student], e da capacidade explicativa do modelo [Coeficiente de Determinação de Pearson - R²].

No que diz respeito ao modelo de mensuração, os construtos apresentaram níveis aceitáveis segundo padrões de pesquisa. As recomendações são de valores acima de 0,5 para AVE (Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009); acima de 0,7 para confiabilidade composta e Alfa de Cronbach (Hair Jr., Hult, Ringle & Sarstedt, 2014); e variância com os próprios itens maior que variância compartilhada [validade discriminante] (Fornell & Larcker, 1981). A variância média extraída [AVE] avalia o grau em que duas medidas do mesmo conceito estão correlacionadas, valores maiores que 0,5 indicam que o modelo converge a um resultado satisfatório (Fornell & Larcker, 1981). O Alfa de Cronbach verifica o grau em que os itens medem o mesmo construto, se os construtos apresentam valores acima de 0,7, significa que existe consistência interna. A confiabilidade composta deve apresentar índices acima de 0,7 e é usada para avaliar se a amostra está livre de vieses ou ainda se as respostas são confiáveis, em seu conjunto (Hair Jr. et al., 2014).

Tabela 1 - Análise do modelo de mensuração - AVE, Alfa de Cronbach e Confiabilidade Composta

Construto	AVE	Confiabilidade composta	Alfa de Cronbach
Atitude	0,925	0,974	0,961
Norma Subjetiva	0,925	0,974	0,960
Controle Percebido	0,587	0,895	0,860
Familiaridade	0,798	0,922	0,873
Comportamento Passado	1,000	1,000	1,000
Intenção	0,890	0,970	0,959

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

A validade discriminante indica se os construtos são independentes entre si, ou seja, se medem conceitos diferentes. Segundo o critério de Fornell e Lacker (1981), cada variável deve ter mais variância com seus respectivos indicadores do que com outra variável.

Tabela 2 - Validade discriminante

	Atitude	Comportamento Passado	Controle Percebido	Familiaridade	Intenção	Norma Subjetiva
Atitude	0,962					
Comportamento Passado	0,173	1				
Controle Percebido	0,355	0,076	0,766			
Familiaridade	0,25	0,403	0,491	0,893		
Intenção	0,204	0,335	0,404	0,569	0,943	
Norma Subjetiva	0,885	0,168	0,381	0,313	0,217	1

Fonte: elaborado pelas autoras (2021).

Com relação à análise do modelo estrutural, pode-se dizer que o modelo proposto explicou pouco a intenção de ir à Vesperata de Diamantina. Apenas 36,5% do comportamento foi explicado pelas variáveis utilizadas. Tal análise se dá a partir do coeficiente de determinação de Pearson [R^2] que apresentou valor de 0,365. Além disso, foi feita a avaliação das significâncias das correlações e regressões a partir do teste t de student e análise do p valor. Segundo Hair Jr. et al. (2014) os testes t devem apresentar valores superiores a 1,96 para serem significativos e p valor menor que 0,05. Apenas os construtos controle percebido, familiaridade e comportamento passado atingiram os níveis recomendados dos índices. Atitude e norma subjetiva, portanto, não apresentaram correlação significativa com o construto intenção.

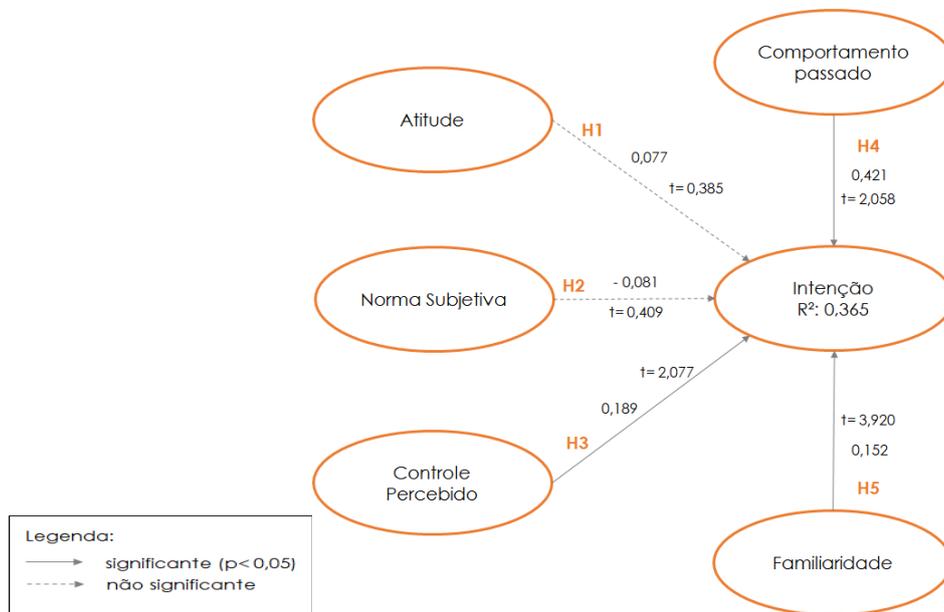
Tabela 3 - Análise do modelo estrutural - teste t e p valor

	T statistics	P value
Atitude -> Intenção	0,385	0,700
Norma Subjetiva -> Intenção	0,409	0,683
Controle Percebido -> Intenção	2,077	0,038
Familiaridade -> Intenção	3,920	0,000
Comportamento Passado -> Intenção	2,058	0,040

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

A Figura 2 resume os resultados da análise do modelo estrutural. A partir das análises, verifica-se que o teste de hipóteses apresentou os seguintes resultados: A hipótese 1 de que “A atitude do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar”; e a hipótese 2 “A norma subjetiva do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar” não apresentaram valores de significância e não foram suportadas. As demais hipóteses: “O controle percebido do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar” (H3); “O comportamento passado do turista em relação ao evento afeta positivamente sua intenção de participar” (H4) e “A familiaridade do turista com o evento afeta positivamente sua intenção de participar” (H5) foram suportadas.

Figura 2 - Modelo final



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados coletados, percebe-se que a inclusão dos construtos familiaridade e comportamento passado foram relevantes para o poder explicativo do modelo. Atitude e norma subjetiva não apresentaram influência significativa na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, reforçando os resultados encontrados nos trabalhos avaliados por Yuzhanin e Fisher (2016). Seis dos quinze trabalhos analisados por Yuzhanin e Fisher (2016) não apresentaram influência relevante da atitude na intenção (Lam & Hsu, 2006; Hsu et al., 2006; Sparks & Pan, 2009; Shen

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

et al., 2009) e três não obtiveram relação significativa entre norma subjetiva e intenção (Shen et al., 2009; Hsu, 2013). É válido ressaltar, no entanto, como Ajzen (1991) defende, que não é esperado que todos os construtos da TCP contribuam de maneira uniforme, abrangente e simultânea na intenção do comportamento.

Em contrapartida, os construtos adicionados ao modelo, o comportamento passado e a familiaridade, apresentaram efeito positivo na intenção, o que significa dizer que conhecer o destino, especialmente por já ter ido, fortalece a intenção de visita, reforçando outros estudos anteriores (Bianchi, Milberg & Cuneo, 2017, Yang, Yuan & Hu, 2009). A correlação forte com esses construtos pode remeter ao que Pires (2017) discorreu sobre a construção da cidade histórica como um lugar de resgate de memórias. Tal conclusão gera implicações gerenciais de maior investimento em divulgação do evento para que seja mais familiar ao turista. O estudo reforça as conclusões de que a escolha de destino turístico e ato de viagem são complexos (Yuzhanin & Fisher, 2016; Chien et al., 2012; Lam & Hsu, 2006) e, em função disso, há maior dificuldade de previsão pela TCP do que demais comportamentos mais comuns como a compra de produtos ou adoção de hábitos saudáveis, por exemplo (Yuzhanin & Fisher, 2016).

As limitações identificadas dizem respeito à amostra não probabilística, restrição de tempo para coleta de dados devido a motivos acadêmicos e ao fato de o modelo não abranger o comportamento, apenas a intenção de realizar o comportamento. Seria interessante retomar o contato com respondentes no ano seguinte para verificar o comportamento real [se foram ou não à Vesperata] e compará-lo às previsões obtidas a partir do modelo proposto. Outras possibilidades de pesquisa poderiam ser explorar o conceito do ecoturismo, elucidado por Roseta, Souza e Roseta (2020), na perspectiva da conservação do patrimônio cultural e mesmo natural de Diamantina. Práticas de marketing de relacionamento e o próprio marketing digital, citados por Sousa e Alves (2019), também podem ajudar a entender melhor a fidelidade dos visitantes e corroborar o construto do comportamento passado.

Mostra-se ainda, sobretudo na perspectiva gerencial, a importância de mais estudos sobre a percepção do turismo, buscando a diversificação de atrativos como proposto por Guimarães e Ferreira (2006), assim como a necessidade de resgate e promoção da história da cidade, visto a percepção de que podem ser perdidos como apontado por Silva e Sant'Anna (2015), iniciativa que deveria envolver sobretudo o governo e a criação de políticas públicas.

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [Link](#)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Alves, M. C., & Nascimento, A. F. (2014). Controvérsias analíticas sobre a turistificação da musicalidade diamantinense: o caso das Vesperatas. *Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 2(2), 123-139. [Link](#)
- Al Ziadat, M. T. (2014). Application of planned behavior theory in Jordanian tourism. *International Journal of Marketing Studies*, 6(2), 105-116. [Link](#)
- Bentler, P. M., & Speckart, G. (1979). Models of attitude-behavior relations. *Psychological Review*, 86(5), 452-464. [Link](#)
- Bianchi, C., Milberg, S., & Cuneo, A. (2017). Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: the case of Chile. *Tourism Management*, 59, 312-324. [Link](#)
- Chien, G. C. L., Yen, I. Y., & Hoang, P-Q. (2012). Combination of theory of planned behaviour and motivation: an exploratory study of potential beach-based resorts in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(5), 489-508. [Link](#)
- Diehl, A. A., & Tatim, D. C. (2004). *Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Prentice Hall.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an introduction to the theory and research*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. [Link](#)
- Fredricks, A. J., & Dossett, D. L. (1983). Attitude-behavior relations: A comparison of the Fishbein-Ajzen and the Bentler-Speckart models. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(3), 501-512. [Link](#)
- Fundação João Pinheiro. (2017). *Economia do Turismo de Minas Gerais: 2010 a 2014*. Estatísticas & Informações: Indicadores Econômicos. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro.
- Gonçalves, C. C. S., & Castellane, L. (2018). Determinantes do valor adicionado do turismo de Minas Gerais: uma análise com modelos de dados em painel. *Marketing & Tourism Review*, 3(1), 1-19. [Link](#)

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

- Guimarães, E. P., & Ferreira, W. R. (2006). Turismo de eventos e seus impactos: o caso da Vesperata em Diamantina - MG. *Reuna*, 11(3), 71-95. [Link](#)
- Hair Jr., J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M. E., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Han, H., Lee, S., & Lee, C. K. (2011). Extending the theory of planned behaviour: visa exemptions and the traveller decision-making process. *Tourism Geographies*, 13(1), 45-74. [Link](#)
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319. [Link](#)
- Hsu, M-H., Yen, C-H., Chiu, C-M., & Chang, C-M. (2006). A longitudinal investigation of continued online shopping behavior: An extension of the theory of planned behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(9), 889-904. [Link](#)
- Hsu, C. H. C., & Huang S. (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 36(3), 390-417. [Link](#)
- Hsu, M-C. (2013). The management of sports tourism: A causal modelling test of the theory of planned behaviour. *International Journal of Management*, 30(2), 474-496. [Link](#)
- Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioural intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599. [Link](#)
- Lee, M., Han, H., & Lockyer, T. (2012). Attracting Japanese tourists for medical tourism experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 69-86. [Link](#)
- Martin, D. S., Ramamonjarivelo, Z., & Martin, W. S. (2011). Medtour: A scale for measuring medical tourism intentions. *Tourism Review*, 66(1/2), 45-56. [Link](#)
- Oliveira, R. A., Miranda, I. P., & Amaral, J. P. S. (2016). Gestão da Informação: o papel dos observatórios e turismo brasileiros para a tomada de decisão do setor público. *Marketing & Tourism Review*, 1(2), 1-31. [Link](#)
- Phetvaroon, K. (2006). *Application of the theory of planned behaviour to select a destination after a crisis: a case study of Phuket, Thailand*. Unpublished PhD Thesis, Oklahoma State University. [Link](#)
- Pires, M. C. (2017). Das viagens dos cientistas no século XIX aos modernistas: a mineiridade e o despertar do turismo das cidades históricas de Minas Gerais, Brasil. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 9(3), 405-416. [Link](#)
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty, and the theory of planned behavior: a tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797-805. [Link](#)

Araújo, C. G., & Tolentino, I. G. (2021). Teoria do Comportamento Planejado, Comportamento Passado e Familiaridade: análise da eficiência desses preditores na intenção de ir à Vesperata de Diamantina, Minas Gerais, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(1), pp. 239-259, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i1p239>

- Roseta, P.; Sousa, B.B.; Roseta, L. (2020). Determiners in the consumer's purchase decision process in ecotourism contexts: a Portuguese case study. *Geosciences*, 10(6), 1-18. [Link](#)
- Samara, B. S., & Barros, J. C. (2002). *Pesquisa de Marketing – conceitos e metodologia*. São Paulo: Prentice Hall.
- Shen, S., Schüttemeyer, A., & Braun, B. (2009). Visitors' intention to visit World Cultural Heritage sites: An empirical study of Suzhou, China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 722-734. [Link](#)
- Silva, D. R., & Sant'anna, P. A. (2015). Turismo e afirmação da identidade cultural: impactos psicossociais da atividade turística em Diamantina. *Turismo - Visão e Ação*, 17(1), 150-178. [Link](#)
- Silveira, C. E., & Medaglia, J. (2014). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções & expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2014. [Link](#)
- Sousa, B., & Alves, G. (2019). The role of relationship marketing in behavioural intentions of medical tourism services and guest experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(3), 224-240. [Link](#)
- Sparks, B. A., & Pan, G. W. (2009). Chinese outbound tourists: understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism Management*, 30(4), 483-494. [Link](#)
- World Travel & Tourism Council. (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019 World*. [Link](#)
- Yang, J., Yuan, B., & Hu, P. (2009). Tourism destination image and visit intention: examining the role of familiarity. *Journal of China Tourism Research*, 5(2), 174-187. [Link](#)
- Yuzhanin, S., & Fisher, D. (2016). The efficacy of the theory of planned behavior for predicting intentions to choose a travel destination: a review. *Tourism Review*, 71(2), 135-147. [Link](#)

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 18 MAI 20; Aceito: 15 OUT 20.