

THE INFLUENCE OF SOCIAL ISOLATION AND LONELINESS ON THE INTENTION TO TRAVEL FOR TOURISM

Gustavo da Rosa Borges¹
Edar da Silva Añaña²
Jonas Fernando Petry³

Abstract

The study investigates the influence of social isolation and loneliness, in the interest of people in making tourism trips. It is a quantitative work that evaluates the manifestations of 290 respondents contacted through the authors' social networks, that answered an online questionnaire composed of eight interval evaluation questions and six demographic variables. Data were evaluated by Principal Component Analysis to evaluate the interest construct uniqueness - the social isolation - and to improve the theoretical model elicited from the literature. The theoretical model was set based on literature and improved by Principal Component Analysis, performed as a complementary step. Based on the theoretical model, eight research hypotheses were established, of which five were confirmed (H1a, H1b, H2a, H2b and H4) and three were not confirmed (H1c, H3 and H5). The evaluation of the Measurement Model adjustment and the verification of the research hypothesis were done by a Structural Equations Modeling, carried out with the IBM-SPSS AMOS 21 software, and the Principal Component Analysis by the IBM-SPSS Statistics 22. The results reveal that social isolation is not a monolithic construction; instead of that, it is a construct formed by two interrelated factors, the social isolation itself, involving the individual and her/his personality, and the social integration, a factor of situational order, referring to the relations of the individual with his reference group. Both factors are influenced by the ease/difficulty of the individual, in cultivating relationships with other people, and both influence significantly the intention to travel for tourism. Results support the evidence reported by Murphy (2001), who found that people tend to want to make friends, but that this tendency did not appear to be evident in relation to travel. And also supported Hawthorne (2006) findings, that the more socially isolated people are, the less they will want to interact with others, demonstrating that social isolation is indeed an inhibitor of social interaction. The study contributes to tourism management by breaking the phenomenon down into two dimensions and evaluating the impact of each of them on consumer attitudes, which should be very useful for segmentation and positioning of tourism products. The principal limitation refers to the sample characteristics that was non-probabilistic and restricted to people present in the researchers' contact networks. Authors recommend to replicate this study in

¹ Doutor em Ciências Contábeis e Administração. Universidade Federal do Pampa. <http://lattes.cnpq.br/5162584966597575>. E-mail gustavodarosaborges@gmail.com.

² Doutor em Administração. Universidade Federal de Pelotas. <http://lattes.cnpq.br/4561669815330999>. E-mail edaraanana@gmail.com.

³ Doutor em Ciências Contábeis e Administração. Universidade Federal do Amazonas. <http://lattes.cnpq.br/2084718061845251>. E-mail jonasfernandopetry@gmail.com.

other locations and situations, for a better understanding about the impacts of the negative mood, in people's traveling intentions.

Keywords: Social Isolation; Loneliness Disorder; Intention to travels; Attitudes to Traveling.

A INFLUÊNCIA DO ISOLAMENTO SOCIAL E DA SOLIDÃO NA INTENÇÃO DE VIAJAR PARA FAZER TURISMO

Resumo

O estudo investiga a influência do isolamento social e da solidão, no interesse das pessoas em fazer viagens turísticas. É um trabalho quantitativo, que avalia as manifestações de 290 respondentes contatados através das redes sociais dos autores, cujos dados foram recolhidos online, através de um questionário composto por oito perguntas intervalares e seis variáveis demográficas. Os dados foram inicialmente submetidos à Análise de Componentes Principais, tanto para avaliar a singularidade do construto de interesse - o isolamento social – quanto para melhorar o modelo teórico resultante da literatura. O modelo teórico foi concebido com base na literatura revisada, e melhorado através da Análise de Componentes, realizada como passo preliminar. Com base no modelo teórico, foram estabelecidas oito hipóteses de investigação, das quais cinco foram confirmadas (H1a, H1b, H2a, H2b e H4) e três não se confirmaram (H1c, H3 e H5). A avaliação do ajustamento do Modelo de Mensuração e a verificação das hipóteses de investigação, foram realizadas através da Modelagem de Equações Estruturais, realizada com o software IBM-SPSS AMOS 21, e a Análise de Componentes Principais pelo IBM-SPSS Statistics 22. Os resultados revelam que o isolamento social não é uma construção monolítica, mas um construto formado por dois fatores inter-relacionados, o isolamento social em si, que envolve o indivíduo e a sua personalidade, e a integração social, um fator de ordem situacional, relativo às relações do indivíduo com o seu grupo de referência. Ambos os fatores são significativamente influenciados pela facilidade/dificuldade do indivíduo, em cultivar relações com outras pessoas, e ambos influenciam significativamente a intenção de viajar em turismo. Os resultados apoiam as evidências relatadas por Murphy (2001), que sugeriu que as pessoas geralmente desejam fazer amigos, mas que isto não necessariamente está associado às viagens. E também apoiam os achados de Hawthorne (2006), de que quanto mais as pessoas estiverem socialmente isoladas, menos quererão interagir com outras, demonstrando que o isolamento social é de fato um inibidor da interação social. O estudo contribui para a gestão do turismo, ao decompor o fenômeno em duas dimensões, e avaliar o impacto de cada uma delas nas atitudes dos consumidores, o que deverá ser muito útil para a segmentação e posicionamento dos produtos turísticos. A principal limitação diz respeito à amostra, que era não-probabilística e restrita às redes de contato dos investigadores. Os autores recomendam a replicação deste estudo noutros locais e situações, para uma melhor compreensão dos impactos do humor negativo, nas intenções de viagem das pessoas.

Palavras-chave: Isolamento social; Desordem de solidão; Intenção de viajar; Atitude pró viagens.