

## **EMOÇÕES MOMENTÂNEAS: COMPORTAMENTOS E HÁBITOS COTIDIANOS PÓS-PANDEMIA<sup>1</sup>**

Deize Sbarai Sanches Ximenes; Gérsica Moraes Nogueira da Silva; Ivan Carlos Maglio; Júlio Barboza Chiquetto; Luís Fernando Amato-Lourenco; Maria da Penha Vasconcellos; Pedro Roberto Jacobi; Sonia Maria Viggiani Coutinho; Vivian Aparecida Blaso Souza Soares César.

*Pesquisa realizada por pós-doutorandos e pesquisadores colaboradores do Centro de Síntese USP-Cidades Globais do IEA/USP.*

### **O relato de pesquisa**

A presente pesquisa teve como objetivo identificar a percepção da população acerca do distanciamento social aplicado na condição da pandemia da COVID-19, bem como avaliar alternativas sociais e sanitárias e possíveis mudanças no comportamento da população no uso dos espaços públicos.

As respostas subjetivas dos informantes, em pesquisa realizada no mês de maio/2020, refletem emoções momentâneas sobre um contexto inusitado de experiências individuais e coletivas, ajudando a compreender os desafios e comportamentos sociais futuros necessários à gestão pública e à própria sociedade, a serem incorporados na vida prática nas fases de flexibilização das medidas sanitárias. No período de elaboração da análise desta pesquisa, o estado de São Paulo, em quarentena desde 24/03/2020, começa a colocar em ação o Plano São Paulo de “retomada consciente”, assim denominado para o início da apresentação de protocolos de flexibilização, a partir de 01/06/2020.

### **Metodologia**

No contexto das regras do distanciamento social, a pesquisa foi realizada por meio de questionário estruturado, elaborado via ferramenta Formulários Google e veiculado, no período de 06 a 30/05/2020, em mídias sociais dos pesquisadores participantes da pesquisa (Whatsapp, Facebook, Instagram), bem como na página do Programa USP Cidades Globais, do Instituto de Estudos Avançados (IEA/USP).

Estruturado por 19 perguntas fechadas, ou de múltipla escolha, e 01 pergunta aberta, o questionário buscou abarcar diferentes perfis (faixa etária, sexo, renda, grau

---

<sup>1</sup> *Esta pesquisa foi elaborada no âmbito das atividades dos Grupos POSCOVID do Centro de Síntese USP Cidades Globais do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. Contato: uspcidadesglobais@usp.br.*

de instrução, localidade), com o objetivo de captar a percepção da população acerca do distanciamento social vivenciado na pandemia da COVID-19, bem como, avaliar alternativas (sociais e sanitárias) e possíveis mudanças no comportamento da população no uso de espaços públicos no período pós-pandemia, considerado como a fase em que as medidas de distanciamento social vão sendo flexibilizadas, com retorno às atividades.

### **Perfil Socioeconômico da amostra**

**As mulheres representam 73% dos que responderam à pesquisa e 84% dos informantes possuem formação superior.**

Os resultados analisados referem-se a 1.956 formulários respondidos, sendo esta amostra caracterizada por pessoas de 25 a 39 anos (33,9%) e de 40 a 59 anos (40,4%); do sexo feminino (72,6%); com pós-graduação (54,3%) ou superior completo (29,9%); e com faixas de renda variáveis, especialmente entre R\$ 4.180 a R\$ 7.315,00 (21,8%), R\$ 7.315,00 a 12.540,00 (19,4%) e acima de R\$ 12.540,00 (19,4%). Em contraponto, dentre os respondentes, 11,3% afirmaram não apresentar renda atualmente ou obter até R\$ 1.045,00 (um salário mínimo), tendo apenas 3% concluído o ensino básico.

**Foram obtidas respostas de todos os 27 estados brasileiros, com predomínio do Estado de São Paulo.**

Os respondentes representam 27 estados brasileiros, entretanto grande parte são do Estado de São Paulo (65,9%), seguido de Pernambuco (9%), Amazonas (2,9%) e Minas Gerais (2,8%). Estes resultados apontam para uma limitação da pesquisa - devido ao formulário de pesquisa ser divulgado em redes dos pesquisadores, em sua maioria do estado de São Paulo e em página do Programa USP Cidades Globais, contempla respondentes de nível superior e com maiores faixas de renda.

**Ansiedade e preocupação são os sentimentos que sobressaem no distanciamento social**

Questionado como as pessoas estariam se sentindo no momento que respondiam ao formulário, durante o período de isolamento físico em decorrência da



de praticar atividades ao ar livre, representando cerca de 38% cada. Outros indicam alteração na rotina de trabalho (25%), e a impossibilidade de se fazer compras pessoalmente (15%).

Além destes aspectos pré-definidos no questionário que foram mais citados, as pessoas mencionaram sentir falta principalmente de liberdade (n=25), como o simples gesto de andar pelas ruas e ter uma vivência social, assim como frequentar ambientes que promovem encontros com amigos como bares e restaurante (n=14), além de poder realizar atividades de entretenimento e cultura (n=12), e viajar (n=12).

Por tratar-se de um vírus ainda em estudo e sem disponibilização de controle vacinal, pesquisas sobre percepção, comportamentos sociais no campo das emoções podem colaborar nas diretrizes a serem elaboradas pelos gestores com o objetivo de orientar os dispositivos adequados para reabertura ou adaptações de uso de áreas públicas, ou privadas de uso público, que venham a estimular de forma segura a retomada das atividades.

**Estar perto das pessoas e em contato com a natureza são os aspectos que mais fazem falta.**



Figura 2. Círculos servem de guias para distanciamento social em parque no bairro do Brooklyn, em Nova York. Foto: Daniel Dickinson/ONU

**Cerca de 86% afirmam sentir falta de estar em áreas verdes.**

Considerando o uso de áreas verdes como espaço público de lazer e vivência, 85,8% das pessoas afirmaram sentir falta de estar nesses espaços, como praças e

parques, no período de isolamento social. Apesar de reconhecer a falta de áreas verdes e sua importância, apenas 28,5% têm o hábito de frequentá-las de forma mais constante em seus bairros, seja todos os dias (10,8%), ou a partir de 3 vezes por semana (17,7%). A maior parte dos respondentes, 32,7% utilizam ao menos 1 vez por semana esses espaços, reforçando a importância dessas áreas para o lazer da população. A baixa disponibilidade de áreas verdes por bairros às pessoas pode ser a causa dos que afirmam pouca frequência (19,3%), raramente (9,4%) ou até mesmo que não tem o hábito (10,2%) (Figura 3). Para os respondentes, o uso de áreas verde é importante para sua qualidade de vida pós-COVID-19 (55,8%) e essencial mesmo sem a COVID-19 (34,2%).

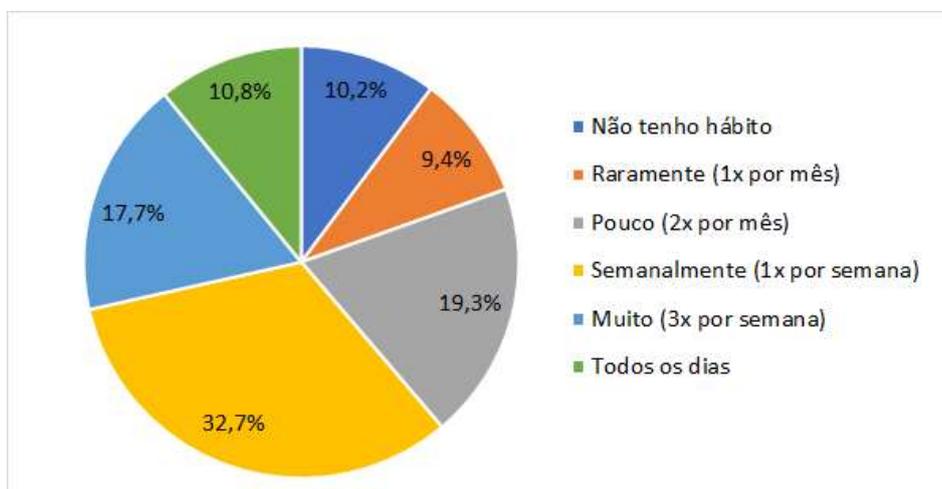


Figura 3. Percentual do hábito dos respondentes em frequentar áreas verdes públicas.

### Utilização dos espaços urbanos e medidas de controle

#### **O uso dos espaços públicos e semipúblicos mudará significativamente para 67% dos respondentes.**

Com a retomada das atividades e maior flexibilização do distanciamento social, para 67% das pessoas haverá mudanças significativas na forma como serão utilizados os espaços públicos (ruas, praças, parques, praias etc.) e semipúblicos (shopping centers, centros culturais, cinemas, teatros etc.). Apenas para 5% e 4% dos respondentes haverá pouca ou nenhuma modificação na forma de utilizar os espaços públicos (Figura 4).

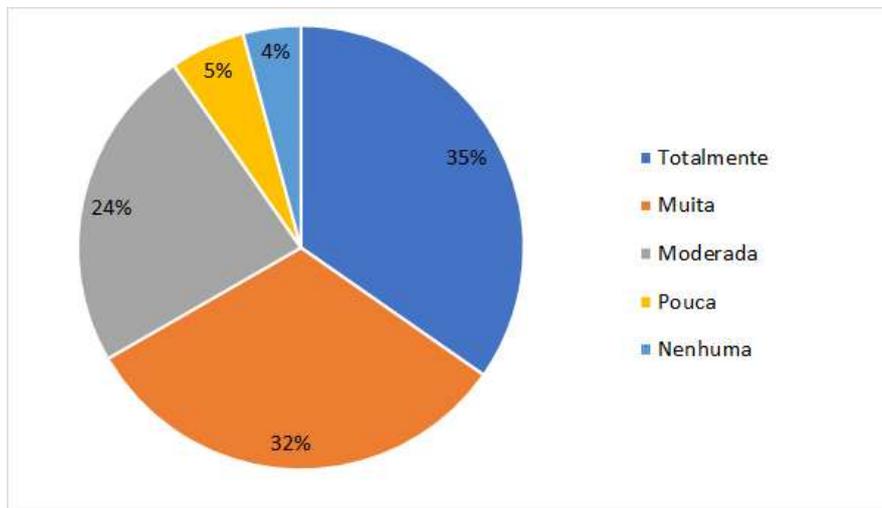


Figura 4. Percentual de respondentes quanto a mudanças na forma de utilizar os espaços públicos



Figura 5. Mudanças de hábitos para manutenção do distanciamento físico na Inglaterra. Fonte: LI SCARFF/AFP/GETTY IMAGES citado por The Times

### **Academias não serão tão frequentadas.**

Com exceção das academias, os demais espaços públicos indicados na pesquisa serão buscados pelos respondentes durante a flexibilização. Os locais que mais se destacaram foram as praças e áreas verdes (90,8%) e praias (82%), podendo a

intenção de uso estar relacionada a serem locais abertos, mas também foi mencionado, entre 75% e 67% dos respondentes, o interesse em frequentar restaurantes, cinema e teatro, shoppings centers, comércios diversos, em menor proporção de intenção de uso em relação aos locais abertos (Figura 6).



Figura 6. Número de respondentes que certamente frequentarão os referidos espaços públicos e semipúblicos ao serem retomadas as atividades

Comparando os dados dos respondentes desta pesquisa, com os aspectos relacionados às expectativas dos consumidores brasileiros das classes AB, conforme o relatório Kantar 2020, as primeiras coisas que estes consumidores gostariam de fazer pós-pandemia estão relacionadas aos hábitos de consumo: 65% dos respondentes afirmaram que pós-pandemia pretendem jantar fora de casa, 58% tem a intenção de visitar lojas e shoppings e 45% tem a intenção de viajar. O grupo respondente representa grande apelo ao consumo e à expectativa de retorno às atividades cotidianas que incorporam práticas de consumo reafirmando a lógica existente de uma cidade organizada em trabalho e em serviços.

Além disso, a ação de ir para as ruas, viver as cidades está relacionada aos aspectos “bioantropossocioculturais”: como seres gregários, as pessoas gostam de conviver com outras pessoas e realizar trocas afetivas. Os ancestrais já se reuniam em torno das fogueiras, nos quais o alimento era compartilhado com o grupo. Hoje, as pessoas encontram-se em bares e restaurantes, parques e outros locais.

**O carro particular será o meio de transporte de 58% dos informantes.**

Mais da metade das pessoas que tiveram acesso ao formulário pretendem se deslocar pela cidade por meio de carro particular (58%) e, em percentagem menor, por ônibus (14,1%), a pé (8,6%) e em carro de aplicativo (7,7%) (Figura 7). A utilização de carros para o deslocamento aos espaços públicos pode retratar a distância desses locais, que demonstra baixa heterogeneidade, distribuição e distribuição destes espaços para a população. A opção de acesso por bicicleta é baixa, e mesmo quando questionados sobre estímulo para utilização de ciclovias, não há um consenso em 4 possibilidades (alta, média, baixa, nenhuma), havendo cerca de 25% de respostas para cada uma.

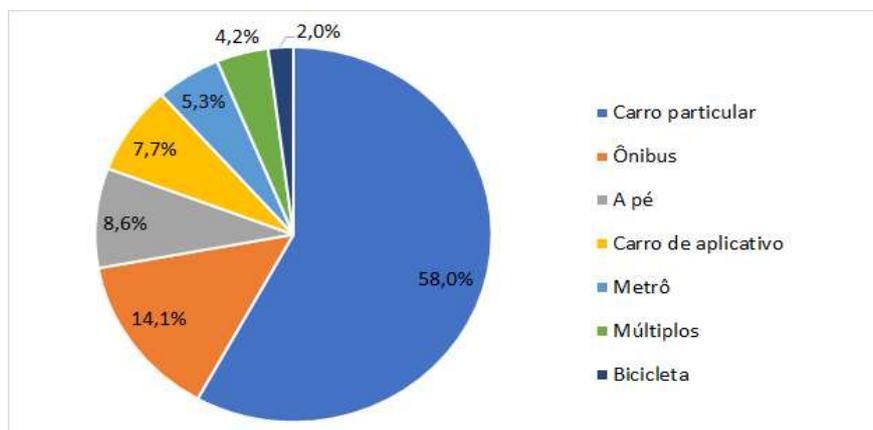


Figura 7. Forma de transporte a ser utilizada pelos respondentes no dia a dia, bem como para deslocamento aos espaços públicos e semipúblicos

Recente pesquisa global<sup>2</sup> realizada pela Gehl Architects sobre o uso do espaço público, em países da Europa, durante a pandemia do Covid-19 traz dados diferentes, revelando que dois terços dos entrevistados, em 1.309 respondentes, relatam que estão andando mais do que o habitual, circulando menos com carros particulares (-59%), táxis ou outras formas de compartilhamento (-66%). Pode-se inferir que depois de longo prazo de confinamento o ato de andar pela cidade seja mais atrativo acrescido de um início da primavera, com clima mais favorável, no hemisfério Norte. O transporte público parece ser o meio que traz mais preocupações com as medidas de proteção de saúde, devendo investir mais nisso. É o que dizem 88,5% dos informantes. Reforçando o receio das aglomerações como forma de contágio.

<sup>2</sup> Disponível em <https://revistaprojeto.com.br/noticias/pesquisa-da-gehl-architects-evidencia-importancia-do-espaco-publico-antes-durante-e-depois-de-pandemia/>



Figura 8. Mulher usa o metrô de Barcelona, na Espanha, durante confinamento. Foto: Marta Pérez / EFE, 2020

Estudo de pesquisadores britânicos sobre dados da temporada de influenza de 2008 a 2009, descobriu que as pessoas que usavam transporte público tinham cerca de seis vezes mais chances de procurar atendimento para uma doença respiratória aguda, em comparação com aquelas que não usavam (Troko et al., 2011). Outro estudo<sup>3</sup> sobre saúde pública e transporte revelou que o risco de obesidade de um indivíduo aumenta em até 6% a cada hora extra gasta em um carro, todos os dias. A obesidade, por sua vez, aumenta a suscetibilidade a diabetes e doenças cardíacas, o que também aumenta a vulnerabilidade de um indivíduo às complicações do COVID-19.

Algumas alternativas estão sendo pensadas para a segurança nos transportes públicos, a *Google* lançou um novo recurso para o *Google Maps*, para 200 cidades do mundo, que permite aos passageiros saberem se ônibus e trens estarão lotados ou não. Por exemplo, um passageiro de trem em Tóquio, que está viajando de *Shibuya* para *Shinjuku*, pode ver que a Linha *Yamanote* geralmente tem "somente espaço de pé" às 9h40, como um recurso para desaglomeração.

Também com a preocupação de que deve-se criar um ambiente de melhor segurança sanitária, e preparando-se para uma nova realidade, a Uber criou, no Brasil, um Centro de Higienização que prestará limpeza dos automóveis, no padrão de

---

<sup>3</sup> Disponível em [http://liveactive.org/yahoo\\_site\\_admin/assets/docs/Obesity\\_Relationships\\_with\\_Community\\_Design\\_Physical\\_Activity\\_Time\\_Spent\\_In\\_Cars\\_GDOT\\_VII\\_30\\_2\\_BMI.17461555.pdf](http://liveactive.org/yahoo_site_admin/assets/docs/Obesity_Relationships_with_Community_Design_Physical_Activity_Time_Spent_In_Cars_GDOT_VII_30_2_BMI.17461555.pdf)

desinfecção de hospitais e UTIs. Haverá, também, a possibilidade da instalação de uma divisória de plástico para separar motoristas de passageiros dentro dos carros, como a que pode ser vista em outros países (Figura 9).

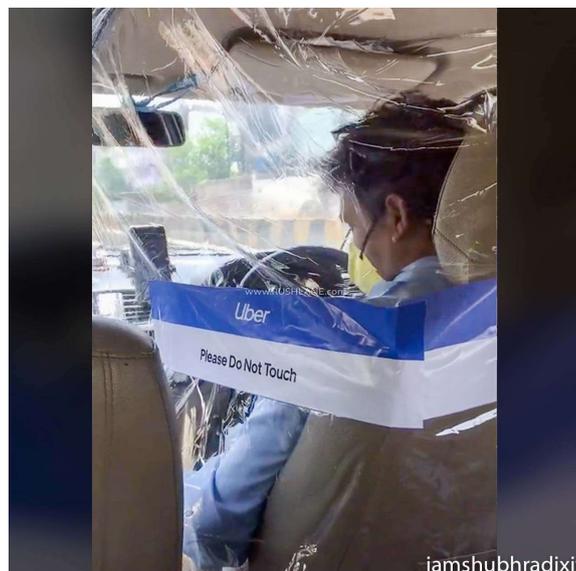


Figura 9. Divisória de plásticos instalada em carros de aplicativos, como a Uber. Fonte: Newskube, 2020

**Os transportes públicos e comércios fechados devem investir mais em medidas de proteção, segundo os respondentes.**

Em relação à saúde e aos cuidados com a COVID-19, os setores que mais deveriam investir em medidas de proteção seriam os transportes públicos (88,3%); comércio, com estrutura fechada (ex. shopping) (69,8%); bares e restaurantes (66,5%); espaços de lazer públicos (ex. parques e praças) (48,3%); comércio aberto (ex. feiras livres) (43,3%). São citadas também as escolas e universidades; cinemas e teatros; hospitais, aeroportos, academias e locais de trabalho.

Campanhas de conscientização e educação e informações à população aparecem como sugestões relacionadas às medidas de prevenção, seguidas das preocupações com higienização dos espaços, além de distribuição de máscaras e álcool em gel gratuito nos estabelecimentos são preocupações que foram destacadas por mais de um respondente do questionário. São também citadas melhoria das condições relacionadas ao sistema de saúde pública, água e saneamento, ampliação do trabalho home office, reorganização do transporte público e horários de funcionamento dos estabelecimentos. Outro aspecto que chama a atenção são os termos citados: reduzir,

reorganizar, repensar, respeitar, indicando a necessidade de uma alteração relacionada a estrutura atual do funcionamento da cidade e das atitudes das pessoas.

**O cuidado com pessoas em situação de rua se destaca entre as medidas para redução da transmissão da COVID-19.**

Sobre medidas que os órgãos públicos e gestores para o espaço público e semipúblico podem tomar para reduzir a transmissão da COVID-19 durante a abertura das atividades todas as alternativas foram consideradas, porém destacam-se mais o cuidado com as pessoas em situação de rua (moradores de rua) (80%); o estabelecimento de um número máximo de pessoas por ambiente (67%); a continuidade no uso de máscaras (69%); a criação de novos espaços de lazer por bairros, reduzindo deslocamentos (64%); a manutenção de distância mínima entre pessoas (60%); e a instalação de pias públicas (58%) (Figura 10).



Figura 10. Número de respondentes que opinaram acerca de medidas que podem ser tomadas pelos órgãos públicos e gestores para diminuir a chance de transmissão do coronavírus após a flexibilização do isolamento.

Ações apontadas por menos da metade dos respondentes incluem o aumento da quantidade de espaços públicos, evitando aglomerações; uso de tecnologia como aplicativos para monitoramento; fiscalização e organização de filas; estímulo do uso de bicicleta; medição da temperatura corpórea o no acesso aos espaços; ampliação dos horários de funcionamento de estabelecimento; e dos serviços de *delivery*. Embora o estímulo à ampliação do horário de funcionamento desses espaços tenha sido citado por apenas 24% das pessoas, 58,6% destas frequentariam estes espaços em horários

ampliados (antes das 8 da manhã e após 20 horas) e 70,7% iriam a supermercados e centros comerciais após o horário comerciais.

**Aumento do horário de funcionamento de espaços públicos e semipúblicos esbarram em questões de segurança, iluminação pública, distância dos bairros de moradia e menor circulação de transporte público.**

Entretanto, para viabilidade desta alternativa, são apresentadas dificuldades, tanto para frequentar os espaços públicos, quanto os espaços semipúblicos, incluem questões de segurança pública, distância do bairro de moradia, e menor circulação de transporte público, fora dos horários de pico, além de baixa iluminação dos espaços públicos. Estes aspectos refletem a necessidade de adequação dos espaços para que possam ser apropriados pela população, associados à infraestrutura local. Além disso, entra em conflito com horário de trabalho, cuidados com filhos e parentes e falta de interesse. Questões climáticas e de recolhimento para descanso também são citadas.

Pontualmente, outras medidas relacionadas a cuidados com a transmissão da COVID-19 são apresentadas como: realização de testes em massa; melhoria na mobilidade urbana e higienização das vias públicas; uso de ventilação natural para espaços fechados; estabelecimento de protocolos de segurança; policiamento instrutivo, e incentivos de pesquisas científicas para desenvolvimento de vacinas. Além de aspectos associados a políticas públicas de combate ao coronavírus, citam expectativas relacionadas à redução das desigualdades, garantia de moradia, saneamento básico, alimentação e educação para a população em risco de vulnerabilidade.

Estes resultados, que trazem uma fotografia da percepção das pessoas participantes durante o mês de maio de 2020, são sentimentos e emoções momentâneas, portanto devem ser consideradas como tal, não significando que os cuidados, preocupações e tendências relatadas se manterão no futuro.

## **Referências**

Troko, Joy; Puja Myles , Jack Gibson, Ahmed Hashim , Joanne Enstone, Susan Kingdon, Christopher Packham, Shahid Amin , Andrew Hayward , Jonathan Nguyen Van-Tam. Is public transport a risk factor for acute respiratory infection? **BMC Infectious Diseases** 2011, 11:16

### Referências eletrônicas (imagens e citações)

DW (2020). Alemães usam criatividade para manter distanciamento social. 28 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/alem%C3%A3es-usam-criatividade-para-manter-distanciamento-social/a-53605609>

OLI SCARFF/AFP/GETTY IMAGES (2020). A year of social distancing to beat coronavirus, scientists tell Johnson. The Times. 20 de março de 2020. Disponível em: <https://www.thetimes.co.uk/article/a-year-of-social-distancing-to-beat-virus-scientists-tell-johnson-9j5gdb62j>

Newskube (2020). Uber cabs with plastic walls inside cabin is the new norm – Watch video. 18 de março de 2020. Disponível em: <https://www.newskube.com/uber-cabs-with-plastic-walls-inside-cabin-is-the-new-norm-watch-video/>

Gehl Architects (2020). Pesquisa da Gehl Architects evidencia o espaço público antes, durante e depois de pandemia. 22 de maio de 2020.

Disponível em: <https://revistaprojeto.com.br/noticias/pesquisa-da-gehl-architects-evidencia-importancia-do-espaco-publico-antes-durante-e-depois-de-pandemia/>

Frank, Lawrence D et al. Obesity Relationships with Community Design, Physical Activity, and Time Spent in Cars. Disponível em: [http://live-active.org/yahoo\\_site\\_admin/assets/docs/Obesity\\_Relationships\\_with\\_Community\\_Design\\_Physical\\_Activity\\_Time\\_Spent\\_In\\_Cars\\_GDOT\\_VII\\_30\\_2\\_BMI.17461555.pdf](http://live-active.org/yahoo_site_admin/assets/docs/Obesity_Relationships_with_Community_Design_Physical_Activity_Time_Spent_In_Cars_GDOT_VII_30_2_BMI.17461555.pdf)

Pérez, Marta Pérez / EFE (2020). Imagens de 28 de abril. Disponível em: <https://fotos.estadao.com.br/galerias/fotografia,imagens-de-28-de-abril,41912>