

**UNIVERSIDADE ABERTA**



UNIVERSIDADE  
**AbERTA**  
[www.uab.pt](http://www.uab.pt)

**Comportamento de consumo de trabalhadores independentes de baixa renda  
no contexto da Covid-19: um estudo na cidade do Rio Grande-RS, Brasil.**

**Maria de Fátima da Silva Serra**

**Doutoramento em Sustentabilidade Social e Desenvolvimento**

**2023**

**UNIVERSIDADE ABERTA**



UNIVERSIDADE  
**AbERTA**  
www.uab.pt

**Comportamento de consumo de trabalhadores independentes de baixa renda  
no contexto da Covid-19: um estudo na cidade do Rio Grande-RS, Brasil.**

**Maria de Fátima da Silva Serra**

**Doutoramento em Sustentabilidade Social e Desenvolvimento**

**Tese orientada pela Professora Doutora Célia Maria Dias Ferreira e**

**pelo Professor Doutor Fausto José Robalo Amaro**

**2023**

Este trabalho está licenciado sob CC BY-NC 4.0. Para visualizar uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> © 2012 por Maria de Fátima da Silva Serra

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter colocado em meu caminho, os meus orientadores, duas pessoas dotadas de um profundo conhecimento e com o dom de ensinar. Professora Célia, Professor Fausto, vocês dominam a arte de transmitir o conhecimento, e o fazem de uma forma muito especial, com vocês o aprendizado é possível, muito obrigado por aceitarem ser meus orientadores.

Agradeço a todos os professores e professoras que dão vida ao Doutorado em Sustentabilidade Social e Desenvolvimento da Universidade Aberta. Muito obrigado, vocês estão despertando a consciência ambiental nos seus alunos, e transformando realidades.

Obrigado aos meus colegas de turma, que a nossa rede de amizade seja sempre alimentada com a partilha do conhecimento e ajuda mútua. Nós formamos uma grande equipa, aprendemos que juntos somos mais forte, e podemos nos transformar em agentes da sustentabilidade.

Obrigado a todos os meus amigos e amigas, vocês são tesouros que Deus colocou no meu caminho para iluminar a minha jornada.

E por fim, agradeço aos profissionais que entrevistei por doarem o seu tempo para a realização de um estudo. Vocês foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho, e permitiram-me aprender muito com o seu modo de vida.

## DEDICATÓRIA

*Ao meu marido Moacir Dalla Vecchia, o meu grande parceiro de todos os momentos, o meu porto seguro, e o grande responsável por fazer-me concretizar esse trabalho.*

*In memoriam dos meus pais, Iva da Silva Serra e Manoel Mathias Serra, meus heróis, dos quais herdei a força para perseguir os meus sonhos.*



## DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

### STATEMENT OF INTEGRITY

Declaro ter atuado com integridade na elaboração da presente dissertação/tese. Confirmando que em todo o trabalho conducente à sua elaboração não recorri à prática de plágio ou a qualquer outra forma de falsificação de resultados.

Mais declaro que tomei conhecimento integral do Regulamento Disciplinar da Universidade Aberta, publicado no Diário da República, 2.ª série, n.º 215, de 6 de novembro de 2013.

I hereby declare having conducted my thesis with integrity. I confirm that I have not used plagiarism or any form of falsification of results in the process of the thesis elaboration.

I further declare that I have fully acknowledged Disciplinary Regulations of the Universidade Aberta (regulation published in the official journal Diário da República, 2.ª série, N.º 215, de 6 de novembro de 2013).

Universidade Aberta, 23 de outubro de 2023.

Nome completo/Full name: MARIA DE FÁTIMA DA SILVA SERRA

Assinatura/Signature:

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** MARIA DE FATIMA DA SILVA SERRA  
Data: 27/10/2023 20:05:00-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

manuscrita ou digital / handwritten or digital

## RESUMO

Esta investigação foi orientada pela metodologia da teoria fundamentada em dados empíricos (*Grounded Theory*), e contempla informações sobre a perspectiva dos que vivenciaram a situação-problema investigada. Buscou-se com este estudo compreender e traduzir o comportamento de consumo de trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da pandemia Covid-19.

Da investigação realizada encontrou-se fundamentos que as ações de mitigação aos problemas de consumo vivenciados na Covid-19 pelos sujeitos investigados foram: priorização do custeio alimentar e dos gastos da atividade profissional; substituição de itens de consumo por similares de menor preço; redução do consumo de carne bovina; privação de reuniões com familiares e amigos; restrição de aquisição de itens de consumo ao estritamente necessários; e, desenvolvimento de habilidades para reduzir gastos de aquisição de itens de consumo.

Assim, constatou-se que o comportamento de consumo dos investigados durante a Covid-19 foi impactado pela modificação de rotinas, redução de renda, e alta de preços. E que essas pessoas possuem conhecimento sobre a gerência de consumo com recursos financeiros escassos, tal saber pode orientar medidas de respostas que visem garantir o custeio do consumo em situações de incertezas provocadas por eventos extremos. Conhecimento esse que, ao ser partilhado, pode fortalecer o diálogo construtivo sobre a construção da identidade de consumo e as necessárias medidas para garantir o consumo em situações calamitosas onde a renda é ameaçada. Entre essas medidas estão o fomento da aquisição de itens de consumo da comunidade local e, o estímulo à aprendizagem e desenvolvimento de talentos para a execução de atividades independentes que reduzam o impacto ambiental.

E baseado nos ensinamentos dos investigados que emergiram das informações da investigação realizada, este estudo apresenta um modelo de consumo para situações de incerteza que pode ser útil para reduzir padrões de consumo. Esse modelo é pautado na constante reflexão sobre os efeitos económicos e ambientais das ações de aquisição de itens de consumo.

Integra também este estudo uma revisão integrativa da literatura, onde se apresenta as evidências dos impactos, efeitos, modificações de comportamento de consumo na Covid-19 e reflexões sobre o período pós-pandemia. E um comparativo entre as evidências da revisão integrativa e os resultados da investigação de campo realizada conduz ao entendimento que a pandemia Covid-19 avultou os problemas de consumo para os investigados, que antes da pandemia já enfrentavam problemas para custear o seu consumo com a baixa renda obtida com sua atividade profissional.

Os resultados da investigação realizada sinalizam que o comportamento de consumo dos profissionais investigados resulta de ações de maximização da escassa renda para assegurar o consumo de subsistência. Também se encontrou que os investigados praticam ações de proteção ambiental e de solidariedade. Dessarte, corroboram os resultados deste estudo para a reflexão sobre a importância da compreensão do comportamento de consumo de pessoas que custeiam seu consumo com recursos oriundos de uma atividade independente de baixa renda. Por que diante de um evento extremo qualquer pessoa pode ter sua renda ameaçada, e ter uma habilidade profissional que permita o exercício de uma atividade independente pode ser garantia do consumo de sobrevivência e amenizar problemas de insegurança alimentar.

**Palavras-Chaves:** Comportamento de consumo, Pandemia Covid-19, Trabalhadores independentes de baixa renda, Efeitos da Covid-19 sobre o consumo, Modificação de consumo na pandemia Covid-19.

## ABSTRACT

This research was guided by the Grounded Theory methodology and includes information from the perspective of the people who experienced the problem investigated. This study sought to understand and translate the consumption behavior of low-income self-employed workers in the context of the Covid-19.

The research found that the actions taken to mitigate the consumption problems experienced by the subjects investigated during Covid-19 were: prioritizing food costs and professional activity expenses; replacing consumption items with lower-priced similar ones; reducing bovine meat consumption; depriving people of meetings with family and friends; restricting the purchase of consumption items to what is strictly necessary and; developing skills to reduce spending on the purchase of consumption items.

Thus, it was found that the consumption behavior of those investigated during Covid-19 was impacted by changes in routines, a reduction in income and a rise in prices. And that these people possess knowledge about managing consumption with scarce financial resources, such knowledge can guide response measures aimed at guaranteeing the cost of consumption in situations of uncertainty caused by extreme events. This knowledge, when shared, can strengthen constructive dialog about the construction of consumer identity and the necessary measures to guarantee consumption in calamitous situations where income is threatened. These measures include encouraging the purchase of consumer items from the local community and encouraging learning and the development of talents to conduct independent activities that reduce environmental impact.

And based on the findings of the research conducted, this study presents a consumption model for situations of uncertainty that can be useful for reducing consumption patterns. This model is based on constant reflection on the economic and environmental effects of actions to acquire consumer items.

This study also includes an integrative literature review, which presents evidence of the impacts, effects, changes in consumption behavior during Covid-19 and reflections on the post-pandemic period. And a comparison between the evidence from the integrative

review and the results of the field research conducted leads to the understanding that the Covid-19 pandemic has increased consumption problems for those investigated, who before the pandemic already faced problems their consumption due to the low income obtained of their professional activity.

The results of the research conducted indicate that the consumption behavior of the professionals investigated is the result of actions to maximize scarce income for ensure subsistence consumption. There was also evidence that those investigated practiced environmental protection and solidarity actions. Thus, the results of this study corroborate for the importance of understanding the consumption behavior of people who pay for their consumption with resources derived from low-income self-employment. Because in the face of an extreme event, anyone's income can be threatened, and having a professional skill that allows you to exercise an independent activity can be a guaranteed survival to alleviate problems of food insecurity.

**Keywords:** Consumption behavior, Covid-19 pandemic, Low-income self-employed workers, Effects of Covid-19 on consumption, Consumption change in the Covid-19 pandemic.

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>8</b>
2.1	OBJETO DE INVESTIGAÇÃO .....	8
2.2	ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA .....	11
2.3	MODELO DE ANÁLISE .....	13
2.4	INSTRUMENTO DE COLETA E REGISTO DOS DADOS .....	15
2.5	AMOSTRA .....	22
2.6	ETAPAS DO TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO .....	23
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS DAS ENTREVISTAS REALIZADAS.....</b>	<b>25</b>
3.1	QUALIFICAÇÃO DA AMOSTRA.....	25
3.2	CODIFICAÇÃO ABERTA .....	29
3.3	CODIFICAÇÃO AXIAL.....	29
3.3.1	<i>Análise da categoria Aquisição de Itens de Consumo .....</i>	<i>32</i>
3.3.2	<i>Análise da categoria Ações de Consumo Sustentável.....</i>	<i>42</i>
3.3.3	<i>Análise da categoria Decisões de Consumo na Covid-19 .....</i>	<i>49</i>
3.3.4	<i>Análise da categoria Modificações de Consumo na Covid-19.....</i>	<i>56</i>
3.3.5	<i>Propriedades, Relações e Interações das Categorias de Análise .....</i>	<i>61</i>
3.4	CODIFICAÇÃO SELETIVA.....	68

<b>4 REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA .....</b>	<b>72</b>
4.1 INTRODUÇÃO .....	72
4.2 METODOLOGIA .....	74
4.3 CATEGORIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES .....	76
4.3.1 <i>Evidências sobre o impacto da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo</i> .....	78
4.3.2 <i>Evidências sobre os efeitos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo.....</i>	84
4.3.2.1 Sentimento de Insegurança e medo .....	88
4.3.2.2 Consumo com equipamentos de proteção individual.....	89
4.3.2.3 Isolamento Social .....	91
4.3.2.4 Redução de Renda.....	93
4.3.2.5 Inflação.....	94
4.3.2.6 Proibição de Consumo de Serviços não Essenciais .....	95
4.3.2.7 Ajudas de Programas Sociais .....	96
4.3.2.8 Ações de Solidariedade .....	96
4.3.3 <i>Evidências sobre modificações no comportamento de consumo no contexto da Covid-19</i> .....	98
4.3.4 <i>Ações que viabilizaram o consumo no período da Covid-19.....</i>	100
4.3.5 <i>Evidências sobre redução de consumo .....</i>	100
4.3.5.1 Aumento do volume de compras.....	103
4.3.5.2 Mudanças na forma de comprar .....	104
4.3.6 <i>Evidências de reflexões sobre as modificações de comportamento para o período pós-pandemia.....</i>	105

4.4 ANÁLISE DAS EVIDÊNCIAS EXTRAÍDAS DA REVISÃO DE LITERATURA .....	110
<b>5 DISCUSSÃO .....</b>	<b>118</b>
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>127</b>
6.1 MODELO DE COMPORTAMENTO DE CONSUMO EM TEMPOS DE INCERTEZA .....	127
6.2 CONTRIBUIÇÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE INDEPENDENTE PARA CUSTEIO DO CONSUMO .....	131
6.3 RESPOSTA À PERGUNTA DE PARTIDA.....	133
6.4 DEFINIÇÃO DO PERFIL DOS INQUIRIDOS.....	136
6.5 REFLEXÃO SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DOS TRABALHADORES INDEPENDENTES DE BAIXA RENDA PARA O PERÍODO PÓS PANDEMIA .....	138
6.6 FUTUROS ESTUDOS .....	140
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>141</b>
ANEXO I TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS .....	151
ANEXO II - MEMORANDOS .....	258
ANEXO III SIGNIFICADO DOS CÓDIGOS QUE EMERGIRAM DAS CODIFICAÇÕES ABERTA E AXIAL .....	317
ANEXO IV EXTRATOS DOS ARTIGOS ANALISADOS.....	353

## ÍNDICE DE QUADROS

QUADRO 1 MODELO DE ANÁLISE .....	14
QUADRO 2 PERGUNTAS QUE ORIENTARAM O TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO .....	16
QUADRO 3 GUIA DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	17
QUADRO 4 TERMOS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS APLICADA AO ESTUDO.....	18
QUADRO 5 IDENTIFICAÇÃO DOS ENTREVISTADOS.....	27
QUADRO 6 RENDA MÉDIA DOS TRABALHADORES INDEPENDENTES BRASILEIROS.....	28
QUADRO 7 SIGNIFICADO DAS CATEGORIAS NA CODIFICAÇÃO AXIAL.....	30
QUADRO 8 RESULTADO FINANCEIRO DO ORÇAMENTO FAMILIAR DOS ENTREVISTADOS.....	34
QUADRO 9 DESTINO DO ABONO EMERGENCIAL COVID-19 DADO PELOS ENTREVISTADOS.....	35
QUADRO 10 ITENS DE CONSUMO MENSAL PRIORIZADOS .....	37
QUADRO 11 FORMA DE COMPRA DE ALIMENTOS.....	37
QUADRO 12 PRODUTOS COMPRADOS E NÃO UTILIZADOS.....	38
QUADRO 13 FATORES QUE NORTEIAM A DECISÃO DE CONSUMO.....	38
QUADRO 14 ITENS DE CONSUMO QUE NECESSITAM OS ENTREVISTADOS .....	39
QUADRO 15 PRODUTOS DE CONSUMO ALMEJADOS .....	39
QUADRO 16 PRODUTOS ADQUIRIDOS QUE FORAM OBJETO DE ARREPENDIMENTO.....	40

QUADRO 17 CRITÉRIOS QUE ORIENTAM AS AQUISIÇÕES DE ITENS DE CONSUMO .....	41
QUADRO 18 PRÁTICAS DE CONTROLO DOS GASTOS MENS AIS .....	41
QUADRO 19 INFORMAÇÕES EXTRAÍDAS DOS DADOS DA CATEGORIA AÇÕES DE CONSUMO SUSTENTÁVEL .....	44
QUADRO 20 AÇÕES DE DEFESA DO MEIO AMBIENTE PRATICADAS .....	46
QUADRO 21 AÇÕES DE PROTEÇÃO AMBIENTAL PERCEBIDAS COMO POSSÍVEL DE SER PRATICADAS POR QUALQUER PESSOA .....	46
QUADRO 22 AÇÕES QUE QUALQUER PESSOA PODE EMPREENDER PARA REDUZIR O SEU CONSUMO .....	47
QUADRO 23 ATIVIDADES DE LAZER ANTES DA PANDEMIA E GOZO DE FÉRIAS .....	48
QUADRO 24 QUANTIDADE DE PESSOAS SEM EMPREGO NO BRASIL.....	53
QUADRO 25 AÇÕES DE CONSUMO EMPREENDIDAS NO PERÍODO DA PANDEMIA .....	54
QUADRO 26 PRODUTOS COM MAIOR ALTA DE PREÇO NO PERÍODO DA COVID-19 .....	55
QUADRO 27 MEDIDAS DE RESPOSTA À ALTA DOS PREÇOS.....	55
QUADRO 28 MOTIVOS QUE DESENCADARAM MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO .....	58
QUADRO 29 MODIFICAÇÕES DE CONSUMO NO PERÍODO DA PANDEMIA COVID-19 .....	59
QUADRO 30 PROGNÓSTICO PARA O PERÍODO PÓS-PANDEMIA COVID-19.....	60
QUADRO 31 PROGNOSTICO SOBRE O CONSUMO DE PEÇAS DE VESTUÁRIO NO PERÍODO PÓS PANDEMIA.....	60

QUADRO 32 PROPRIEDADE, DIMENSÕES E INDICADORES DAS CATEGORIAS QUE SURGIRAM DA ANÁLISE DOS DADOS DA CODIFICAÇÃO AXIAL .....	62
QUADRO 33 RELACIONAMENTO DAS CATEGORIAS COM O COMPORTAMENTO DE CONSUMO (FENÓMENO INVESTIGADO).....	66
QUADRO 34 APLICAÇÃO DO MODELO PARADIGMÁTICO DE STRAUSS E CORBIN A INVESTIGAÇÃO REALIZADA .....	70
QUADRO 35 TEORIA EXPLICATIVA SOBRE O FENÓMENO AÇÕES DE CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19 .....	71
QUADRO 36 SÍNTESE DOS RESULTADOS DA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTEGRATIVA REALIZADA.....	75
QUADRO 37 CATEGORIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES EXTRAÍDAS DAS PUBLICAÇÕES SELECIONADAS.....	77
QUADRO 38 ESTUDOS SOBRE O IMPACTO AMBIENTAL DO CONSUMO NO CONTEXTO DA PANDEMIA COVID-19.....	82
QUADRO 39 OCORRÊNCIAS DA COVID-19.....	88
QUADRO 40 AÇÕES QUE MODIFICARAM O COMPORTAMENTO DE CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19 SEGUNDO SHETH (2020).....	101
QUADRO 41 QUESTIONAMENTOS BASE DA REVISÃO DE BIBLIOGRAFIA .....	111
QUADRO 42 IMPACTOS DA PANDEMIA COVID-19 NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO .....	112
QUADRO 43 EFEITOS DA COVID-19 SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO E SUAS CONSEQUÊNCIAS .....	114
QUADRO 44 MODIFICAÇÕES DE COMPORTAMENTO DO CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19 .....	115
QUADRO 45 FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE DE CONSUMO NO PÓS-COVID-19.....	116

QUADRO 46 ANÁLISE COMPARATIVA DOS RESULTADOS DOS IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA COM A INVESTIGAÇÃO REALIZADA .....	119
QUADRO 47 COMPARAÇÃO DAS EVIDÊNCIAS DOS EFEITOS DA COVID-19 SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO E SUAS CONSEQUÊNCIAS .....	122
QUADRO 48 COMPARATIVO MODIFICAÇÕES DE COMPORTAMENTO DO CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19.....	124
QUADRO 49 COMPARAÇÃO DAS REFLEXÕES SOBRE O CONSUMO NO PERÍODO PÓS-COVID-19 .....	126
QUADRO 50 MODELO COMPORTAMENTO DE CONSUMO EM TEMPOS DE INCERTEZAS.....	128
QUADRO 51 DADOS SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19 DOS TRABALHADORES INDEPENDENTES DE BAIXA RENDA.....	274
QUADRO 52 DADOS SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO NO CONTEXTO DA COVID-19 DOS TRABALHADORES INDEPENDENTES DE BAIXA RENDA.....	292
QUADRO 53 CATEGORIAS E CONCEITOS QUE EMERGIRAM DA CODIFICAÇÃO ABERTA .....	294
QUADRO 54 SIGNIFICADO DE CATEGORIAS E CONCEITOS DA CODIFICAÇÃO ABERTA.....	295
QUADRO 55 PERGUNTAS QUE ORIENTAM A CODIFICAÇÃO AXIAL .....	296
QUADRO 56 CODIFICAÇÃO AXIAL- CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS .....	297
QUADRO 57 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA DISPONIBILIDADE FINANCEIRA PARA CONSUMIR .....	298
QUADRO 58 DADOS SOBRE O PAGAMENTO DO AUXÍLIO EMERGENCIAL COVID-19 .....	300
QUADRO 59 TAXAS PERCENTUAL DE ENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS .....	302
QUADRO 60 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA ITENS DE CONSUMO ADQUIRIDOS .....	303

QUADRO 61 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA FATOR LIMITANTE DA AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO.....	304
QUADRO 62 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA FATOR LIMITANTE DA AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO.....	305
QUADRO 63 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA AÇÕES QUE NORTEIAM AS DECISÕES DE AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO.....	305
QUADRO 64 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA AÇÃO DE SOLIDARIEDADE .....	307
QUADRO 65 AÇÕES DE SOLIDARIEDADE PARA O ENFRENTAMENTO DA COVID-19 REALIZADAS NO BRASIL ATÉ 20/06/2021 .....	309
QUADRO 66 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA PERCEÇÃO SOBRE PRÁTICAS DE AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE .....	309
QUADRO 67 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA QUALIDADE DE VIDA E ATIVIDADES DE LAZER PRATICADAS .....	310
QUADRO 68 QUESTIONAMENTO ABORDADO PELA CATEGORIA DECISÕES DE CONSUMO NA COVID-19.....	311
QUADRO 69 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA PROBLEMAS DE CONSUMO ENFRENTADOS NA COVID-19 .....	312
QUADRO 70 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA ENFRENTAMENTO DOS PROBLEMAS DE CONSUMO VIVENCIADOS NA COVID-19 .....	313
QUADRO 71 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA ENFRENTAMENTO DA ALTA DOS PREÇOS.....	314
QUADRO 72 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA MODIFICAÇÕES DE CONSUMO NA COVID-19 .....	315
QUADRO 73 LISTA DE CÓDIGOS QUE FORMAM A SUBCATEGORIA PRONÓSTICO PARA O PERÍODO PÓS-COVID-19.....	316

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CATEGORIA AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO E SUAS SUBCATEGORIAS COM RESPETIVOS CÓDIGOS.....	33
FIGURA 2 CATEGORIA AÇÕES DE CONSUMO SUSTENTÁVEL E SUAS SUBCATEGORIAS COM RESPETIVOS CÓDIGOS.....	43
FIGURA 3 CATEGORIA DECISÕES DE CONSUMO NA COVID-19 E AS SUAS RESPETIVAS SUBCATEGORIAS .....	50
FIGURA 4 CATEGORIA MODIFICAÇÕES DE CONSUMO NA COVID-19, SUAS SUBCATEGORIAS E RESPETIVOS CÓDIGOS.....	57
FIGURA 5 RELACIONAMENTO DA CATEGORIA PRINCIPAL COM AS DEMAIS CATEGORIAS .....	69
FIGURA 6 CULTIVO RESIDENCIAL.....	285
FIGURA 7 CULTIVO DE RADITE E TOMATE EM HORTA RESIDENCIAL .....	286
FIGURA 8 CULTIVO DE PIMENTA EM HORTA RESIDENCIAL .....	286
FIGURA 9 CULTIVO DE COUVE EM HORTA RESIDENCIAL E ERVAS DE CHÁ CAMBARÁ .....	286
FIGURA 10 PISO COM REAPROVEITAMENTO DE PEDAÇOS DE PEDRAS .....	287
FIGURA 11 PEDAÇOS DE PEDRAS QUE SERÃO UTILIZADOS EM PISO RESIDENCIAL .....	288
FIGURA 12 CULTIVO DE FLORES EM VASO.....	290

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO I TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS.....</b>	<b>151</b>
ENTREVISTA 1.....	152
ENTREVISTA 2.....	160
ENTREVISTA 3.....	168
ENTREVISTA 4.....	175
ENTREVISTA 5.....	181
ENTREVISTA 6.....	187
ENTREVISTA 7.....	193
ENTREVISTA 8.....	199
ENTREVISTA 9.....	204
ENTREVISTA 10.....	209
ENTREVISTA 11.....	214
ENTREVISTA 12.....	218
ENTREVISTA 13.....	222
ENTREVISTA 14.....	226
ENTREVISTA 15.....	230
ENTREVISTA 16.....	234
ENTREVISTA 17.....	238
ENTREVISTA 18.....	243
ENTREVISTA 19.....	247
ENTREVISTA 20.....	251

ENTREVISTA 21.....	254
<b>ANEXO II – MEMORANDOS.....</b>	<b>258</b>
Memorando 1 - Motivo: Tendo por base a inicial de investigação se deve definir o guião de entrevista e da observação, e a escolha do primeiro entrevistado.....	259
GUIÃO DA ENTREVISTA.....	261
GUIÃO DA OBSERVAÇÃO.....	264
Memorando 2 - Motivo: Análise da primeira entrevista.....	265
Memorando 3 Motivo: Análise das entrevistas 02 e 03.....	268
Memorando 4 Motivo: Análise das entrevistas 04 e 05.....	270
Memorando 5 Motivo: Análise das entrevistas 06, 07 e 08.....	272
Memorando 6 Motivo: Reanálise das entrevistas 01 a 08.....	273
Memorando 7 Motivo: Análise das entrevistas 09 e 10.....	275
Memorando 8 - Motivo: Análise da entrevista 11.....	276
Memorando 9 Motivo: Análise das entrevistas 12 a 15.....	277
Memorando 10 Motivo: Reanálise das entrevistas 01 a 15.....	278
Memorando 11 Motivo: Análise da entrevista 16 e 17.....	280
Memorando 12 Motivo: Análise da entrevista 18 a 21.....	281
Memorando 13- Motivo: Análise do registo dos guiões de observação.....	283
REGISTRO NO GUIÃO DA OBSERVAÇÃO 1.....	284
REGISTRO NO GUIÃO DA OBSERVAÇÃO 2.....	285
REGISTRO NO GUIÃO DA OBSERVAÇÃO 3.....	287
REGISTRO NO GUIÃO DA OBSERVAÇÃO 4.....	289

REGISTRO NO GUIÃO DA OBSERVAÇÃO 5.....	290
Memorando 14 Motivo: Reanálise das entrevistas 01 a 21.....	291
Memorando 15 Motivo: Realizar a codificação Aberta dos dados.....	293
Memorando 16 Motivo: Realizar a codificação axial dos dados.....	296
<b>ANEXO III SIGNIFICADO DOS CÓDIGOS QUE EMERGIRAM DAS CODIFICAÇÕES ABERTA E AXIAL.....</b>	<b>317</b>
<b>ANEXO IV EXTRATOS DOS ARTIGOS ANALISADOS.....</b>	<b>353</b>

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

ABCR- Associação Brasileira de Captadores de Recurso

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

DOI- Identificador do objeto digital

EPI – Equipamentos de Proteção Individual

ODS - Objetivos de desenvolvimento sustentável

ONU - Organização das Nações Unidas

OMS - Organização Mundial da Saúde

PIB - Produto Interno Bruto

SFN- Sistema Financeiro Nacional

# 1 INTRODUÇÃO

Indubitavelmente, no século XXI vivencia-se um ambiente seriamente ameaçado pela destruição planetária, consequência das diversas ações explorativas de recursos naturais ao longo dos anos. Assim, vivenciamos o ponto de saturação planetária de: alterações climáticas, altos níveis de emissão de carbono na atmosfera, desigualdades, ameaça à segurança alimentar e nutricional, fome, corrupção, conflitos, aumento de violência, destruição de vidas, derretimento de geleiras, extinção de espécies de plantas e animais, padrões insustentáveis de consumo, e tantos outros desastres ambientais. De fato vivencia-se uma emergência planetária onde os resultados serão catastróficos para a atual e vindouras gerações.

Nesta conjuntura crítica mundial, os países que formam a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015 por meio da Agenda 2030 (ONU, 2015), firmam compromisso de enfrentar os problemas ambientais, económicos e sociais, e estabeleceram 17 (dezassete) objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS). Esses objetivos surgem de um processo global participativo, estão interligados e integram 169 (cento e sessenta e nove) metas, ou seja, definem as medidas transformadoras para um caminho sustentável.

Entende-se que os ODS representam um marco, que desde então vem modificando comportamentos, e somente alcançaram êxito com o comprometimento de todos os atores sociais de fazer cumprir o estabelecido no compromisso global de trilhar um percurso sustentável. Sem dúvida, muito tem de ser feito para mitigar os danos provocados ao longo dos anos ao planeta. E para tanto, a participação de todo o ser humano é fundamental. Partindo desse entendimento, e no anseio de estudar um tema que contribuísse para o despertar de práticas de ações sustentáveis que possam ser praticadas por qualquer pessoa, surgiu esse estudo que trata do comportamento de consumo. E neste sentido assinala-se que o consumo está contemplado no ODS n.º 12 que tem por desígnio a produção e o consumo sustentável.

Grave é o alerta da ONU (2001) o qual assegura que a sociedade do século XXI vivencia uma situação limite resultante de padrões insustentáveis de consumo. Por essa

razão, em relação ao comportamento de consumo a nossa sociedade atual é qualificada como: a sociedade do consumo (Baudrillard, 1995; Bauman, 2008); sociedade do hiperconsumo ou do turbo consumo (Lipovetsky, 2007); e sociedade do espetáculo (Debord, 1997). Com efeito, essas qualificações definem a orientação das ações de consumo praticadas nos tempos atuais numa sociedade tão desigual, onde uns podem praticar o consumo conspícuo, e outros enfrentam a insegurança alimentar e a fome. A fome no ano de 2021 foi uma realidade para 828 milhões de pessoas (FAO, IFAD, UNICEF, WFP, WHO, 2022).

De acordo com Latouche (2012) o que motiva o consumo da acumulação, ostentação e luxo é o sistema económico no qual estamos inseridos. Esse sistema é guiado pela lógica da obsolescência programada. Por esse entendimento, percebe-se que as ações de consumo vão além da garantia à sobrevivência humana para aquelas pessoas que não enfrentam ameaças a sua sobrevivência alimentar.

Sem embargo, a sociedade do século XXI enfrenta problemas associados ao consumo, e reduzir os padrões de consumo é o grande desafio para amenizar danos ambientais e garantir a sobrevivência das gerações. E para tanto, é emergente o envolvimento de todos os atores sociais na prática quotidiana de ações de consumo sustentável. Porque o consumo familiar vem aumentando a cada ano em todos os lugares.

Importante destacar que até dezembro de 2019 os dados sobre o consumo familiar mundial eram crescentes, ou seja, aumentavam a cada ano em todos os lugares (WBG, 2020; Pathak, *et al.*, 2022). Porém, no final de dezembro de 2019 uma crise sistémica global trazida pelo novo corona vírus, produziu impactos económicos e uma redução significativa do volume do consumo familiar em todos os continentes. Nesse sentido, regista-se que nos países que formam a União Europeia a queda no volume financeiro do consumo familiar foi de 1,91% nos dois primeiros quadrimestres de 2020 comparados com o mesmo período de 2019 (EUROSTAT, 2020). No Brasil foi registada uma queda de 12,2% do consumo no segundo trimestre de 2020 comparado com o mesmo trimestre de 2019 (IBGE, 2020), e a redução repetiu-se em todos os demais países (WBG, 2020).

De fato, a pandemia do novo corona vírus surgiu na cidade chinesa de Wuhan onde a primeira vítima humana foi contaminada, e se espalhou rapidamente pelo mundo. Em 30

de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto do novo vírus como emergência de saúde pública de interesse internacional, doença designada como Covid-19 (WHO, 2020). O vírus foi denominado pela OMS de *Sars-Cov-2*, e rapidamente a doença causou uma pandemia mundial (Passos, *et al.*, 2020). Em 11 de março de 2020 a OMS reconheceu a Covid-19 como uma pandemia global (WHO, 2020). E desde então enfrentam-se os danos causados por essa pandemia, que deixou rastros de morte, causou sofrimento, reduziu o crescimento mundial, aumentou a fome e provocou uma crise econômica.

Indubitavelmente, a pandemia da Covid-19 impactou as sociedades em todo o mundo (García, *et al.*, 2021), levou a uma recessão mundial, reduziu rendas e postos de trabalho, aumentou a fome, afetou a segurança alimentar e nutricional de bilhões de pessoas (FAO, IFAD, UNICEF, WFP, WHO, 2022) e reduziu padrões de consumo (Cohen, 2020). Também os danos causados pela Covid-19 criaram dificuldades para cumprir os ODS.

De forma sucinta a Covid-19 desencadeou uma crise mundial de calamidade pública (Addison, Sen, & Tarp, 2020; Cohen, 2020), revelou a fragilidade do sistema de saúde público e do processo mundial de globalização econômicas e comercial (Monié, 2020) e exigiu atenção plena para salvar vidas. A pandemia da Covid-19 *“é uma crise sistêmica do desenvolvimento humano, refletindo nossa interação com os ecossistemas em que fazemos parte, que está afetando as dimensões econômicas e sociais do desenvolvimento de maneiras sem precedentes”* (UNDP, 2020). Por conseguinte, os efeitos dessa crise sistêmica assinalaram a fragilidade humana diante de uma pandemia e, para preservar vidas, medidas protetivas foram implementadas em todos os países.

As medidas adotadas para impedir o contágio da Covid-19 criaram um ambiente de pesquisa único, porque tais medidas modificaram a rotina das pessoas e limitaram oportunidades de trabalho, consumo e de interação (Klaver & Lambrechts, 2021). E neste sentido assinala-se que a temática do comportamento no contexto da Covid-19 e as suas consequentes mudanças sociais despertaram o interesse de muitos pesquisadores (Kirk & Rifkin, 2020). Porque este período gerou oportunidades de pesquisas pautadas na realidade (Sheth, 2020), tendo grande utilidade para a compreensão de comportamentos em situações de incerteza (Mason, Narcum, & Mason, 2021). Dessa forma, percebe-se que vivenciar o longo período da pandemia da Covid-19 pode ter gerado um legado que precisa ser

apreendido e difundido entre os que se preocupam em encontrar soluções para os problemas socioambientais. E vasto é o campo de pesquisa nesse contexto.

Por certo, desde janeiro de 2020 vivenciou-se uma pandemia global e pouco se sabe sobre o comportamento de consumo durante, ou, após uma pandemia (Khan, Hollebeek, Fatma, Islam, & Riivits-Arkonsuo, 2020; Rather & Hollebeek, 2020). A ênfase dos estudos no contexto da pandemia Covid-19 foi dada ao comportamento da saúde (Laato, Islam, Farooq, & Dhir, 2020; Mason, Brown, Mason, & Narcum, 2021). E poucos estudos foram realizados sobre o comportamento de consumo na Covid-19 (Laato, Islam, Farooq, & Dhir, 2020; Mason, Brown, Mason, & Narcum, 2021; Mason, Narcum, & Mason, 2021; Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020; Kirk & Rifkin, 2020). Sendo assim, pretende-se com este trabalho apresentar uma contribuição sobre o tema pouco estudado: comportamento de consumo no contexto da Covid-19.

O exame detalhado sobre o comportamento de consumo na Covid-19 visa buscar informações sobre o comportamento em situações de incerteza (Mason, Brown, Mason, & Narcum, 2021). Pesquisas sobre o comportamento de consumo são necessárias para o entendimento dos impactos da pandemia Covid-19 sobre o consumo (Laato, Islam, Farooq, & Dhir, 2020). E sobre esse juízo Pantano *et al* (2021) concebe que pouco se conhece sobre a dinâmica de comportamento e consequência para o consumidor na Covid-19, o que se estende a futuras pandemias ou crises.

Percebe-se que compreender o comportamento de consumo é buscar respostas à forma como as pessoas empreendem suas decisões ao consumo. E que, quando se busca esse entendimento em um contexto de pandemia, estamos procurando respostas que possam favorecer o diálogo, sobre a maneira como as pessoas se comportam diante de uma situação extrema. Este saber pode contribuir para a construção de medidas minimizadoras de problemas de consumo na ocorrência cada vez mais frequente de eventos extremos. Logo, um estudo sobre a temática do comportamento de consumo tem utilidade para todos aqueles que buscam subsídios para fomentar a discussão da temática do consumo. Tema de natureza complexa, e de relevada importância para a sustentabilidade.

Este estudo teve por escopo o tema comportamento de consumo no contexto da pandemia Covid-19, e como objeto de estudo uma categoria profissional que executa

diversas atividades e está qualificada como baixa renda. Ambicionou-se com o presente estudo trazer para a Academia os aspetos que nortearam o comportamento de consumo de pessoas que vivenciaram a pandemia. Para tanto utilizou-se a metodologia da teoria fundamentada em dados empíricos (*Grounded Theory*) para revelar a percepção dos sujeitos investigados sobre os critérios de decisão que orientaram as suas ações de consumo durante a Covid-19.

Os objetivos gerais deste estudo foram:

- 1) Compreender as ações de consumo empreendidas pelos trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da Covid-19.
- 2) Identificar se os trabalhadores independentes de baixa renda possuíam algum conhecimento sobre gerenciamento de consumo que possa ser útil à sustentabilidade financeira.
- 3) Desenvolver um modelo concetual que permitisse a compreensão do comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda no contexto Covid-19.

E para a consecução dos objetivos gerais, cinco (05) objetivos específicos foram traçados no presente estudo. Esses objetivos foram:

- 1) Identificar os efeitos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda.
- 2) Identificar os critérios utilizados pelos trabalhadores independentes de baixa renda para empreender as suas ações de consumo no contexto da pandemia Covid-19.
- 3) Averiguar se os trabalhadores independentes de baixa renda possuíam algum ensinamento sobre gerenciamento de consumo que possa ser útil à sustentabilidade financeira.
- 4) Realizar uma revisão integrativa da literatura sobre o tema comportamento de consumo no contexto da Covid-19.
- 5) Comparar o modelo concetual com as evidências encontradas na revisão integrativa.

Em suma, entende-se que compreender o comportamento de consumo de pessoas que vivenciaram uma pandemia global é trazer para a Academia conhecimento que pode auxiliar na construção de diálogos e que favoreça a compreensão do comportamento de consumo em

situações de incerteza. Entendimento essencial a todos aqueles que almejam encontrar soluções aos problemas de consumo.

Este estudo está organizado em cinco partes que estão interligadas de forma sequencial umas com as outras e traduzem a forma como foi elaborado o referido trabalho.

A primeira parte do estudo se destina ao delineamento metodológico que orientou a realização do trabalho de investigação. Para tanto, apresenta-se nesta parte a delimitação do objeto do estudo, a orientação metodológica de abordagem do problema, a estratégia metodológica de captação e análise dos dados, os instrumentos de coleta de dados, os critérios de definição da amostra e as etapas do trabalho realizado.

A segunda parte deste trabalho apresenta a análise da investigação de campo realizada. Esta parte inicia com a apresentação da qualificação da amostra dos sujeitos investigados, seguida da análise e codificação dos dados brutos extraídos da coleta de dados e estabelecimento de categorias (unidades de análise) e culmina com os conceitos teóricos sobre o problema investigado. Assim nessa parte do trabalho são apresentados os dados de identificação dos entrevistados, os resultados das três codificações realizadas ao longo da investigação (aberta, axial e seletiva) e por fim são relatados os conceitos teóricos que emergiram dos dados que explicam o comportamento de consumo dos investigados.

A terceira parte do estudo contempla as evidências extraídas de uma revisão da literatura sobre a temática investigada. Estão enumeradas nesta parte do estudo as evidências sobre impacto, efeitos e modificações do comportamento de consumo no contexto da Covid-19. Também está apresentado neste apartado as reflexões apresentadas nas publicações consultadas sobre o comportamento de consumo para o período pós-pandemia.

A quarta parte desse estudo apresenta uma discussão comparativa dos resultados extraídos da investigação realizada, comparados com as evidências encontradas na revisão da bibliografia.

E por último a quinta parte do estudo apresenta as conclusões que emergiam do trabalho realizado.

Importante assinalar que este estudo congrega 4 anexos que são essenciais para o entendimento do labor realizado.

No anexo I são apresentadas a íntegra da transcrição das entrevistas realizadas.

No anexo II estão retratados os 16 (dezasseis) memorandos que orientaram a recolha e análise dos dados ao longo da investigação de campo realizada. Estes documentos contemplam o registo detalhado das análises dos dados efetuadas e as orientações de recolha de dados que surgiram das análises. Salienta-se que na orientação metodológica utilizada neste estudo (Teoria Fundamentada), os memorandos representam documentos que orientam os trabalhos de coleta de dados e registram as análises de dados efetuadas. Assim, o assentamento nos memorandos objetiva registrar as análises efetuadas e nortear a captação dos novos dados, de tal forma que as orientações de captação de dados serão fornecidas pelo resultado das análises já realizadas. Dito de outra forma, na metodologia da teoria fundamentada em dados empíricos, a análise e a coleta de dados são realizadas simultaneamente, e são os dados obtidos que conduzem a coleta dos novos dados até o momento da compreensão do fenómeno investigado. E nos memorandos estão registrados o caminho de análise e recolha de dados percorrido.

No anexo III estão elencados o significado dos códigos estabelecidos com os dados obtidos. Esses códigos traduzem os conceitos que emergiram da análise dos dados realizada. Ao total foram extraídos 80 (oitenta códigos) que estão listados no referido apenso e para cada código está apresentado o seu significado e anexado os fragmentos das entrevistas que representam os dados brutos de formação do respetivo código.

E no anexo IV estão apresentados os extratos de cada artigos analisados na revisão integrativa da bibliografia. Esses extratos são uma ficha de leitura, que exhibe uma síntese do estudo realizado. Nessa síntese estão apresentados para cada uma das publicações consultadas: identificação dos autores, objetivo do estudo, palavras-chaves, metodologia de estudo, principais resultados do estudo, e as sugestões de futuros trabalhos de investigação apresentadas pelo estudo realizado.

## 2 METODOLOGIA

Inquestionavelmente a orientação metodológica de um processo de investigação é o que permite ao pesquisador alcançar os objetivos traçados previamente no seu plano de estudo. Por essa razão, o registo dos passos metodológicos é a parte do estudo que possibilita o entendimento sobre como o fenómeno que foi investigado, e em caso de novas perspetivas sobre o fenómeno, a construção ou reformulação dos resultados apresentados (Vergara, 2005). Percebe-se então, que somente com o detalhe do delineamento metodológico aplicado a um estudo, é possível o conhecimento da forma como este estudo foi realizado. Logo, este detalhe é fundamental para a compreensão dos resultados apresentados por uma pesquisa científica.

Este apartado tem por propósito apresentar o delineamento metodológico que norteou a investigação realizada nesta tese de doutoramento. Os aspetos tratados neste apartado são: objeto do estudo, orientação metodológica, modelo de análise, e procedimentos de recolha e tratamento dos dados.

### 2.1 Objeto de Investigação

Este estudo teve por limite o comportamento de consumo no contexto da Covid-19, assunto de natureza ampla e subjetiva (Yannis & Lang, 2006) que traz consigo a complexidade da natureza humana, as diferenças socioeconómicas individuais e os danos causados pela pandemia que afetaram o consumo. Portanto, estudar este tema é buscar a compreensão das ações e atitudes humanas de mitigação dos efeitos da situação calamitosa sobre o consumo. Tal aprendizado pode ser útil para mitigar problemas de consumo em futuras situações de incerteza, decorrentes de eventos climáticos extremos, pandemias, riscos naturais, guerras, ou ataques terroristas.

Importante salientar, que o estudo do comportamento de consumo está fundamentado na observação da forma de agir das pessoas, e tem por objetivo compreender as ações e reações de consumo com o fim de obter *insights* (Blackwell, Miniard, & Engel, 2013) que possibilitem a compreensão do comportamento. E considerando que a compreensão do

comportamento de consumo exige o estudo das diferenças socioeconômicas (Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020; Svajdova, 2021). Entende-se que o entendimento pleno do comportamento de consumo no contexto da Covid-19 exigirá da Academia diversos estudos sobre a forma como cada indivíduo empreendeu as suas ações na Covid-19. E neste sentido, assinala-se que a contribuição deste estudo é evidenciar o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande- RS (objeto de estudo) nesse contexto.

De acordo com Carmo (2008) a seleção do objeto de estudo de um trabalho de investigação tem por base três critérios. O critério cognitivo, que retrata o conhecimento anterior sobre o tema, o emocional, que reflete a motivação dos autores para a elaboração do estudo, e o pragmático, que resulta do acesso às fontes de informação.

Neste estudo, os trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande-RS foram selecionados como objeto de estudo porque se constata a importância das diferentes atividades desenvolvidas por esses profissionais para a sustentabilidade (critério cognitivo). Entre as atividades ofertadas por estes trabalhadores estão a prestação de serviços de consertos, oferta de produtos fabricados pela comunidade local, e cuidados domiciliar. Percebe-se que a utilização dos serviços ofertados por esses profissionais diminuiu o descarte e o aumento de lixo, gera renda para a comunidade local e melhora as condições de bem viver daqueles que podem utilizar os serviços de cuidados desses profissionais.

Outrossim, assinala-se que durante a pandemia da Covid-19 os trabalhadores independentes foram requisitados para exercerem serviços demandados por pessoas que vivenciavam o isolamento social. E da mesma forma que os trabalhadores que exerceram atividades consideradas essenciais na Covid-19, o objeto desse estudo, deixou de fazer a quarentena e se expôs ao risco de contágio do vírus *Sars Cov 2* para atender as demandas da comunidade. Dessa forma, a quarentena da população na Covid-19 foi garantida pelos profissionais que realizaram as atividades necessárias e permitiram a segurança dos que puderam refugiar-se no abrigo dos seus lares (Santos, 2020; Borges & Luís, 2022).

Com referência à motivação da realização da investigação com o objeto de estudo (critério emocional), esta surgiu da vontade de compreender se os profissionais qualificados como baixa renda, que trabalham de forma independente, têm algum ensinamento sobre

gerenciamento de consumo que possa contribuir para o entendimento do complexo tema comportamento de consumo. Neste sentido Svajdova (2021) enfatiza que não é uma tarefa fácil identificar os fatores que afetam o comportamento de consumo porque estes dependem de aspetos internos e da situação económica vivenciada por cada pessoa em particular.

Sobre a qualificação de baixa renda do objeto de estudo, assinala-se que no Brasil as famílias de baixa renda são aquelas cuja renda familiar mensal não ultrapassa a 03 (três) salários-mínimos (Decreto n.º 6.135/2007, artigo 4.º, inciso II). O objeto desse estudo é qualificado como baixa renda porque a média de renda auferida no Brasil por esses trabalhadores é inferior a esses limites. No primeiro trimestre da pandemia Covid-19 a renda média desses profissionais era de 1,68 salário-mínimo, e nesse período o percentual de pessoas que exerciam atividade profissional independente nesse país era de 25,59% (IBGE, 2022). Assim sendo, o objeto deste estudo não inclui os trabalhadores independentes que auferirem renda superior ao limite fixado na legislação brasileira para a qualificação de baixa renda.

Também é importante salientar que existe uma distinção entre trabalhadores independentes e profissionais liberais (Caldeira, 2004). Os primeiros exercem uma atividade profissional autónoma que requer habilidades, porém não é obrigatório para a sua atuação profissional um diploma, ou registo em órgão profissional regulador. Ao passo que dos profissionais liberais é exigido: o conhecimento por meio de um diploma, a regulamentação legal da profissão e a vinculação a um órgão de classe.

E com relação ao acesso às fontes de informação (critério pragmático), a opção por realizar a investigação na cidade da residência da investigadora possibilitou a realização de entrevistas presenciais com o objeto de estudo no cenário de pandemia, e dentro do limite temporal de realização da investigação de doutoramento.

Posto isto, é importante apresentar alguns dados sobre o país e cidade onde foi realizada a investigação. O Brasil é o maior país da América Latina, é um país em desenvolvimento, apresenta grandes problemas de desigualdades, possui uma população de 211.958.856 habitantes, um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 7,3 trilhões de reais (IBGE, 2020), um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0.761 (PNUD, 2019), e até o dia 28 de janeiro de 2023 havia registado 36.791.267 casos confirmados da COVID e 696.742

peças que foram a óbitos pela doença (WHO, 2023). A cidade do Rio Grande é a cidade mais antiga do estado do Rio Grande do Sul, tem uma população de 211.005 habitantes, é uma cidade litorânea com o maior porto marítimo de importação e exportação do estado, apresentou um PIB em 2017 de R\$ 44.014,66, um IDH municipal em 2010 de 0,744 (IBGE, 2020) e, até ao dia 28 de janeiro de 2023, havia enfrentado 56.649 casos de contaminação pela COVID-19 e 707 pessoas morreram da doença (SSERS, 2020).

Em suma, os trabalhadores independentes de baixa de renda da cidade do Rio Grande foram o objeto de estudo desta investigação que estudou o fenómeno comportamento de consumo no contexto da Covid-19 desses profissionais.

## **2.2 Orientação Metodológica**

Primordialmente há que se salientar que este estudo sobre comportamento de consumo tem a abordagem do problema investigado predominante qualitativa. Uma investigação qualitativa reúne as seguintes características: tem ambiente natural como a sua fonte direta de dados; o pesquisador como o seu principal instrumento; os dados gerados são descritivos; a preocupação com o processo de estudo é maior que com o resultado; o foco de atenção do investigador é a percepção do significado das pessoas sobre o fenómeno; e a análise de dados tende a seguir um processo indutivo (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016).

Quanto aos objetivos esta é uma pesquisa do tipo exploratória e descritiva que busca o conhecimento do comportamento de consumo de uma categoria de trabalhadores durante a pandemia Covid-19. De acordo com Gil (2002) uma pesquisa exploratória busca descobertas que suportem a compreensão de um problema e a descritiva tem por objetivo o aprofundamento do conhecimento por meio da conexão de ideias e compreensão das causas que geraram o problema.

Assim, entende-se que a qualificação desta pesquisa como exploratória e descritiva, tem relação direta com os objetivos traçados nesta tese. E também tem relação com a lacuna de informações a respeito do tema em estudo. Portanto, compreender um fenómeno pouco estudado, é explorar a realidade na busca de dados que permitam explicar a sua ocorrência. E descrever uma ocorrência é encontrar a maneira de reproduzir os significados dados pelas

pessoas que vivenciam o problema. É também propiciar a compreensão do fenômeno segundo aqueles que deram voz ao estudo.

Seguidamente, é oportuno assinalar que a estratégia metodológica utilizada nesta investigação foi a teoria fundamentada (*Ground Theory*) que da mesma forma que toda e qualquer investigação é fundamentada em dados. E neste sentido, é importante compreender que os dados que sustentam essa metodologia não têm origem em teorias já existente, e sim são dados que emergem do universo real que revelam a percepção dos sujeitos que vivenciaram o fenômeno estudado. Por esta razão, Amaro (2007) denomina esta metodologia de teoria de base empírica, porque esta definição revela de forma direta a fonte dos dados utilizados para a explicação da ocorrência do fenômeno.

Importa relatar que se elegeu a teoria fundamentada para realizar este estudo porque este procedimento metodológico: possibilita a construção do conhecimento tendo por base a percepção dos envolvidos na investigação (Strauss & Corbini, 1997; Glaser & Strauss, 1967); resulta num conjunto de descobertas sobre a realidade investigada; e possibilita a construção de um modelo conceitual que contempla na íntegra o conhecimento sobre o tema investigado (Amaro, 2007; Strauss & Corbini, 1997; Bryman, 2012). Logo, este trabalho de investigação ambiciona descobrir o conhecimento no ambiente real da ocorrência do fenômeno estudado, e utiliza a teoria fundamentada como instrumento metodológico para a compreensão do fenômeno estudado.

De acordo com Glaser e Strauss (1967) a teoria fundamentada é um método indutivo de análise, que inclui elementos de indução, dedução e verificação constante dos dados obtidos pela investigação (Strauss, 1987; Strauss & Corbin, 1998). Esta metodologia de investigação é “*derivada indutivamente do estudo do fenômeno que representa. Isto é, ele é descoberto, desenvolvido, e provisoriamente verificado por meio de sistemática coleta e análise de dados. Portanto, a coleta de dados, análise e teoria possuem relação recíproca entre si. Não se começa com uma teoria para prová-la. Começa-se com uma área de estudo em que se permite a emergência do que é relevante*” (Strauss & Corbin, 1990, p. 23). Portanto, o tema de estudo desta investigação (comportamento de consumo) buscou dados diretamente com as pessoas que vivenciaram a ocorrência do fenômeno (comportamento de consumo na Covid-19).

Assim, esta é uma investigação que contempla um estudo qualitativo, exploratório e descritivo, orientada pela metodologia da teoria fundamentada em dados empíricos.

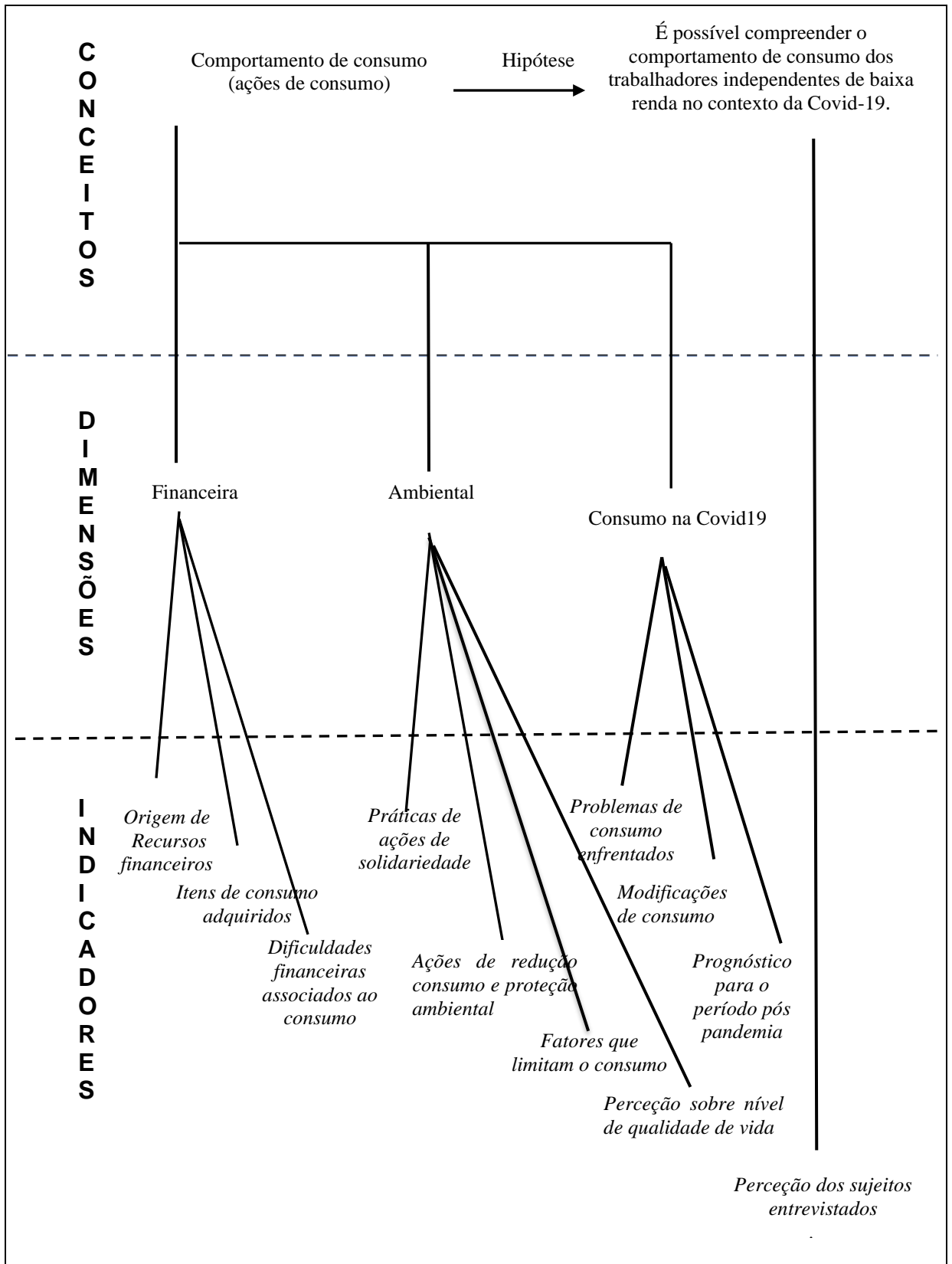
### **2.3 Modelo de Análise**

Primeiramente destaca-se que se optou por utilizar um modelo de análise para orientar a extração e análise de dados que atendessem aos objetivos do estudo, e que a estratégia metodológica da teoria fundamentada não coíbe a utilização de uma ferramenta norteadora do trabalho de investigação. Na referida metodologia a coleta e a análise dos dados ocorre de forma simultânea, até o momento da saturação teórica dos dados (Glaser & Strauss, 1967). O momento da saturação dos dados ocorre quando: não estejam mais emergindo dados novos ou relevantes; todos os caminhos metodológicos tenham sido seguidos, e os conceitos teóricos sejam suficientes para explicar o fenómeno investigado (Gil, 2002; Strauss & Corbin, 1990). E para evitar o “*empirismo ilusório*” é importante a utilização de um modelo de análise.

De acordo com Minayo (2002) o empirismo ilusório é a falsa ideia que os resultados encontrados pelo investigador no universo real são suficientes para a compreensão do fenómeno investigado, e isso ocorre quando existe uma supervalorização ou menosprezo das técnicas. Assim sendo, utilizou-se um modelo de análise para guiar todas as etapas do trabalho que deveriam ser realizados. Esse modelo foi utilizado desde o início da investigação, foi revisto várias vezes, e outras, teve de ser alterado para se adequar aos objetivos propostos, e garantir que todas as etapas do estudo fossem concluídas.

A síntese do modelo utilizado para orientar a coleta e análise dos dados desta investigação está apresentada no quadro 1. O referido modelo apresenta também os indicadores de avaliação dos dados para o entendimento das três dimensões da hipótese central do estudo.

QUADRO 1 MODELO DE ANÁLISE



Fonte: Modelo construído em conformidade com o proposto por Quivy e Campenhoudt (1998) em Manual de Investigação em Ciências Sociais, Gradiva, Lisboa. Traduzido por João Minfeto Marques *et al.*

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1998) um modelo de análise deve ser construído na fase inicial da investigação e orientar todo o trabalho realizado. Optou-se por utilizar essa ferramenta como um “fio condutor” para orientar a extração e análise dos dados para evitar o empirismo ilusório. Por conseguinte, o modelo de análise utilizado (quadro 1) contempla a definição das informações necessárias para avaliar os dados (indicadores) e compreender o fenómeno investigado (comportamento de consumo na Covid-19).

Também são apresentados nos quadros 2 e 3 os questionamentos que orientaram a extração e a análise dos dados desta investigação e subsidiaram a construção do modelo de análise. O quadro 2 sintetiza o trabalho que foi realizado, e o quadro 3 apresenta as perguntas que orientaram a extração e análise dos dados para a obtenção dos indicadores, definidos no modelo de análise.

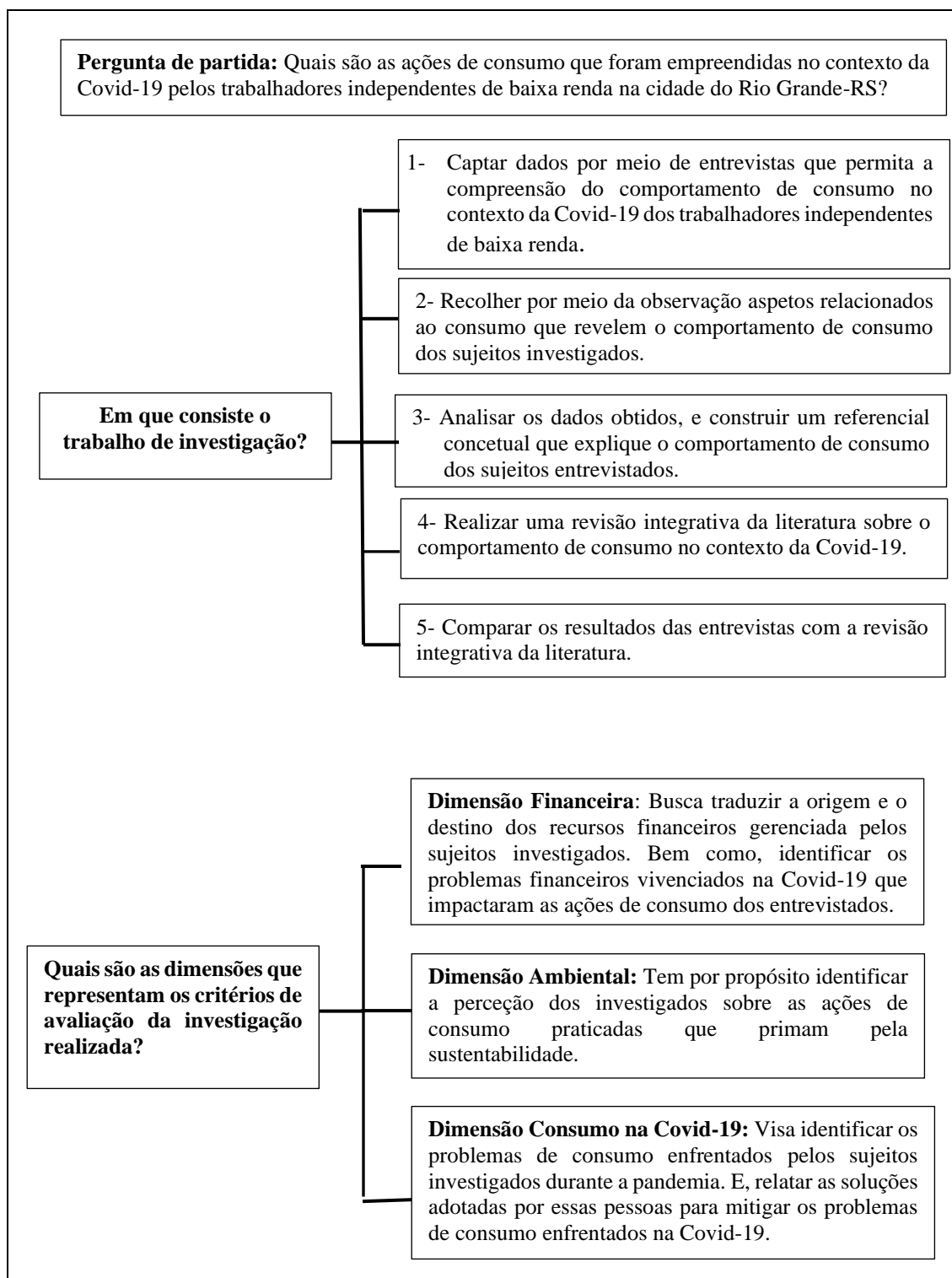
Outrossim, regista-se que na adoção da metodologia da teoria fundamentada os dados são analisados de forma concomitante à sua extração. Assim, a referida metodologia tem uma abordagem formal centrada no estudo da relação entre as categorias, e resulta em descobertas que expliquem o fenómeno investigado segundo a percepção dos que vivenciaram o problema traduzidos na explicação da teoria (Glaser, 1978).

Nesta investigação a análise dos dados ocorreu de forma sistemática e simultânea à coleta dos dados. E para tanto, os dados foram rotulados e codificados em: conceitos, categorias, seleção de categoria principal e estabelecimento do relacionamento das categorias. A codificação dos dados ocorreu em três etapas: codificações aberta, axial e seletiva. O quadro 4 contempla uma síntese do significado dos termos de coleta e tratamento de dados utilizados neste estudo.

## **2.4 Instrumento de coleta e registo dos dados**

Por certo um estudo de cunho qualitativo guiado pela teoria fundamentada explora dados diversos e exige que o investigador utilize ferramentas que sejam capazes de captar a essência da percepção dos sujeitos investigados sobre o fenómeno estudado.

## QUADRO 2 PERGUNTAS QUE ORIENTARAM O TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO



**QUADRO 3 GUIA DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS**

<b>Dimensões</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Perguntas que orientarão a extração dos dados</b>	<b>Análise a ser realizada</b>
<b>Financeira</b>	Origem de Recursos Financeiros	Como é formada a renda do trabalhador independente de baixa renda?	Identificar as fontes dos recursos financeiros administradas pelos entrevistados.
	Itens de consumo adquiridos	Onde são aplicados os recursos financeiros? Quais itens de consumo integram o consumo mensal? Qual é a forma de compra dos itens de consumo? O que determina a decisão de aquisição de itens de consumo?	Constatar o destino dos recursos financeiros administrados pelos entrevistados. E identificar a classificação do consumo mensal, as formas de compra de itens de consumo, adotadas pelos entrevistados, e os aspectos que orientam as decisões de consumo
	Dificuldades Financeiras associadas ao consumo	Quais dificuldades financeiras que afetaram o consumo? Quais itens de consumo seriam adquiridos se houvesse disponibilidade financeira? Quais produtos ou serviços que faltam na residência do investigado?	Analisar as principais dificuldades de consumo associadas a problemas financeiros. E identificar os itens de consumo percebidos como necessários e não adquiridos, e a relação de itens de consumo desejados e em falta.
<b>Ambiental</b>	Práticas de Ação de Solidariedade	Quais ações de solidariedade foram praticadas ou recebidas?	Elencar as ações de solidariedade praticadas e recebidas pelo objeto de investigação.
	Ações de redução de consumo e de proteção ambiental	Qual a percepção do investigado sobre ações que reduzem o consumo? Qual a percepção do investigado sobre ações de proteção ao meio ambiente?	Identificar as práticas de ações que reduzem o consumo, e as práticas quotidianas de ações de proteção ambiental empreendidas pelos investigados.
	Percepção sobre o nível de qualidade de vida	Qual a percepção do entrevistado sobre o seu nível de qualidade de vida? Quais atividades de lazer são praticadas pelos entrevistados?	Analisar a percepção dos entrevistados sobre o seu nível de qualidade de vida, e relacionar as atividades de lazer praticadas.
<b>Consumo na Covid-19</b>	Fatores que limitaram o consumo	Quais são os fatores que limitaram o consumo dos investigados?	Identificar os fatores que limitam o consumo dos sujeitos investigados.
	Problemas de consumo enfrentados	Quais foram os problemas de consumo enfrentados na pandemia pelos entrevistados? Houve alguma vantagem obtida em termos de consumo durante a pandemia pelo entrevistado? Que medidas foram tomadas pelo entrevistado para enfrentar os problemas de consumo vivenciados na Covid?	Relatar os problemas de consumo enfrentados durante a Covid-19 pelos entrevistados. Bem como, identificar possíveis vantagens obtidas durante a pandemia que repercutiram no consumo, e a capacidade de resposta aos problemas de consumo enfrentados durante a pandemia.
	Modificações de consumo	Quais modificações de consumo que foram percebidas durante a Covid-19?	Analisar as modificações do padrão de consumo, ocorridas no período da pandemia.
	Prognóstico para o período pós-pandemia	Qual o prognóstico para o período pós-pandemia em termos de consumo?	Relatar o prognóstico para o período pós-pandemia em termos de consumo.

**QUADRO 4 TERMOS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS APLICADA AO ESTUDO**

	<b>Termos</b>	<b>Significado</b>
<b>Instrumentos de recolha dos dados</b>	Entrevistas semiestruturadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ São entrevistas não padronizadas, onde o pesquisador possui uma lista de temas, e questões-chave, e pode usar algumas questões em algumas entrevistas e em outras não (Saunders, Lewis, &amp; Thornhill, 2016).</li> <li>➤ Uma entrevista deste tipo não dispensa o planejamento prévio do pesquisador, porque esta ação irá ordenar as questões que deseja resposta, logo, é necessário a elaboração de um guia de entrevista para orientar o trabalho de campo.</li> </ul>
	Observação	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tem por objetivo informar fatos relevantes, e a frequência da ocorrência dos dados. Para tanto será utilizado uma guia de observação para conduzir a coleta dos dados por meio deste procedimento, que possui uma estrutura predeterminada dos dados a serem coletados. A observação é um procedimento de coleta de dados que envolve “<i>observação sistemática, registo, descrição, análise e interpretação do comportamento das pessoas</i>” (Saunders, Lewis, &amp; Thornhill, 2016). Os dados da observação utilizados nesta investigação são dados secundários, que serão traduzidos pela pesquisadora sobre a interpretação dos acontecimentos, e percepção dos observados sobre os fatos relacionados ao fenómeno investigado.</li> </ul>
<b>Codificação dos dados</b>	Codificação	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Processo analítico onde os dados são fraturados, conceituados e integrados para formar teoria (Strauss &amp; Corbin, 1990).</li> <li>➤ Reúne os procedimentos utilizados para rotular e analisar os dados coletados. É o termo geral para conceitualização dos dados. Por meio da codificação, os códigos abrangem questões nascentes e oferecem respostas provisória sobre categorias e seus relacionamentos (Glaser &amp; Strauss, 1967, p. 21).</li> <li>➤ A codificação dos dados na teoria fundamentada é dividida em três tipos de codificações, que são: codificação aberta, codificação axial e codificação seletiva. A codificação exige a comparações constante entre fenómenos, casos e conceitos, que irão conduzir o desenvolvimento da teoria por meio da abstração e relações entre os elementos (Glaser &amp; Strauss, 1967; Strauss &amp; Corbin, 1998).</li> </ul>
	Análise constante	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Envolve a interpretação baseada em sistemática realização de inquérito (Strauss &amp; Corbin, 1990). A análise é uma atividade quase autónoma do pesquisador, realizada por meio da comparação de cada dado obtido com os dados já coletados. É por meio da análise constante que questionamentos são formulados, e o processo de investigação é alimentado (Glaser &amp; Strauss, 1967).</li> <li>➤ A coleta e a análise dos dados, e a teoria possuem relação recíproca entre si (Strauss &amp; Corbin, 1990, p. 23).</li> <li>➤ A teoria fundamentada é o resultado da constante comparação da aquisição de dados alternada com análise dos (Strauss &amp; Corbin, 1998).</li> </ul>
	Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sintetizam as palavras expressadas pelos sujeitos da pesquisa, orientam a investigação sobre as quais deriva a teoria fundamentada (Larossa, 2005). Se originam de incidentes, eventos e acontecimentos que são considerados ou analisados como potenciais indicadores de fenómenos e recebem rótulos conceituais” (Corbin &amp; Strauss, 1990). Representa uma palavra, frase, sentença, ou uma série de expressões identificada nos materiais analisados (Strauss, 1987).</li> </ul>

(continua pág. 19)

(continuação pág.18)

<b>Termos</b>		<b>Significado</b>
<b>Codificação dos dados</b>	Conceitos	➤ São unidades básicas de análise (Corbin & Strauss, 1990), rótulos atribuídos aos acontecimentos e outras instâncias do fenômeno (Strauss & Corbin, 1990, p. 96). Representam símbolos construídos pelo investigador para dar sentido aos indicadores (Larossa, 2005), e são fundamentados nos dados obtidos ao longo da investigação. É o rótulo associado ao indicador, e representa um símbolo de referência do indicador (Strauss, 1987, p. 25).
	Categoria	➤ Agrupamento de conceitos que pertencem ao mesmo fenômeno, são mais altas em nível mais abstratos que os conceitos que representam (Strauss & Corbin, 1990). ➤ Representam dimensões de conceitos ou esquemas classificatórios de conceitos. (Larossa, 2005). São desenvolvidas a partir da análise dos conceitos, representam os pilares da teoria em desenvolvimento, e fornecem os meios pelos quais a teoria será integrada (Strauss & Corbin, 1990).
	Codificação aberta	➤ É a etapa de análise e codificação dos dados abertos (Bryman, 2012), também chamados de dados brutos (Corbin & Strauss, 1990) obtidos por meio de instrumentos de coleta de dados junto ao universo investigado. ➤ Nessa etapa de análise, os dados são discriminados, analisados em detalhes, e comparados para identificar semelhanças e diferenças. Este trabalho de análise comparativa faz com que surjam perguntas sobre os fenômenos refletidos nos dados, que orientarão novas coletas de dados (Strauss & Corbin, 1998, p. 102). ➤ Esta codificação consolida um modelo de indicador de conceito. Este modelo tem por base a constante comparação de indicadores e conceitos, onde o pesquisador busca identificar no registro dos dados semelhanças e variações de conceitos (Strauss, 1987). ➤ Na codificação aberta os indicadores estão ligados ao conceito, e entre si, e por meio da comparação constante pode-se perguntar como cada indicador leva a um conceito.
	Codificação Axial	➤ É um processo de relacionar categorias, e suas subcategorias, e de teste de relacionamento das categorias com os dados. Neste processo um maior desenvolvimento das categorias ocorre, o que faz com que o pesquisador continue o seu trabalho investigativo e volte a campo para testar o relacionamento de categorias (Strauss & Corbin, 1998). ➤ A codificação axial é o momento da discussão do processo e interação dos conceitos, exame detalhado e declarações sobre os relacionamentos das categorias, e subcategorias (Larossa, 2005). As subcategorias respondem as perguntas: de quando, onde, porque, quem, como, e com o que, evidenciam as consequências em torno de uma categoria (Strauss & Corbin, 1998, p. 125). A codificação axial é a fase que a teoria fundamentada começa a cumprir a sua promessa teórica (Larossa, 2005), e consiste na análise de uma categoria de cada vez (Schatzman, 1991).
	Codificação seletiva	➤ É o estudo da ligação das categorias (Larossa, 2005), é uma codificação delimitada feita em torno da categoria principal (Glaser & Strauss, 1967). ➤ A categoria principal é a categoria teoricamente saturada e com relevância central no estudo (Strauss & Corbin, 1998). ➤ É o processo de integrar e refinar a teoria, neste processo todas as categorias são unificadas em torno de uma categoria principal, e categorias que precisam de mais explicação são preenchidas com detalhes descritivo (Strauss & Corbin, 1990). ➤ O objetivo da codificação seletiva é integrar as categorias ao longo do nível dimensional para formar uma teoria, validar as declarações de relacionamento entre os conceitos e preencher quaisquer categorias necessárias de refinamento adicional (Strauss & Corbin, 1990). A codificação seletiva é a fase do desenvolvimento da história teórica, por meio do agrupamento das categorias (Larossa, 2005). Nesta fase os pesquisadores contam a histórias dos sujeitos tendo por base os dados obtidos por vários canais de coleta de dados. Esta codificação é a fase da explicação do “enredo”, envolve a identificação de uma categoria principal (Strauss & Corbin, 1998, p. 148).

(continua pág. 20)

(continuação pág.19)

Termos		Significado
Ferramentas de gerenciamento de tratamento dos dados	Memorando	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ São materiais textuais que reúnem as descobertas, e análises dos dados efetuadas pelo investigador.</li> <li>➤ Contemplam anotações, explicações da definição dos códigos, categorias, conceitos e indicadores (Strauss, 1987).</li> <li>➤ São elaborados com o objetivo de fornecer uma base sólida para a elaboração do relatório de pesquisa.</li> <li>➤ Fazem referência aos documentos utilizados no processo de investigação, são parte integrantes do processo da TF, podem ser entendidos como uns depósitos de ideias desenvolvidos durante todo o processo de formulação da teoria, e contemplam o produto da codificação aberta, axial e seletiva (Strauss &amp; Corbin, 1998).</li> <li>➤ Iniciam com a primeira sessão de codificação e continuam até o final da pesquisa (Corbin &amp; Strauss, 1990).</li> <li>➤ Os registros de apontamento dos memorandos ajudaram a interpretação e análise dos dados.</li> </ul>
	Diagrama	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ São dispositivos visuais que descrevem os relacionamentos entre conceitos, seu uso deve começar no início da análise (Strauss &amp; Corbin, 1998). A diagramação ajuda na integração de categorias à categoria principais. <i>“As demais categorias sempre estarão em relação a categoria principal como condições, estratégia de ação/interação ou consequências”</i> (Corbin &amp; Strauss, 1990).</li> <li>➤ Os diagramas fornecem uma maneira lógica para o pesquisador alcançar a conclusão da teoria (Dey, 1993). São registros do trabalho de análise realizado.</li> </ul>
	Matriz condicional	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ É um guia conceitual lógico e integrado, que permite a compreensão de todos os aspetos relacionados ao fenómeno investigado. A matriz condicional é um dispositivo de codificação que ajuda o investigador a identificar (Strauss &amp; Corbin,1998): (a) as condições e consequências macro e micro, que devem fazer parte da análise; (b) as condições macro que frequentemente cruzam e interagem com as micro; (c) o contexto situacional da categoria principal; e (d) os caminhos percorridos pelas condições, ações/interações e consequências das categorias com a categoria principal.</li> </ul>
	Guia de entrevista e de observação	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contempla as instruções para a obtenção dos dados, os conceitos a serem investigados. E tem utilidade para guiar a coleta dos dados e não desviar do objetivo.</li> </ul>

Para Gil (2002) e Dey (1993) um estudo qualitativo busca a compreensão do fenômeno no contexto da sua ocorrência e traduz a perspectiva das pessoas envolvidas no evento investigado. Por esta abordagem a dinâmica do fenômeno é compreendida por meio da análise integrada de diversos dados coletados pelo investigador. Do mesmo modo os autores Dey, Healey e Rawlinson (apud Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016, p. 472) ressaltam que os dados obtidos com estudos qualitativos não são padronizados, ou seja, são diversos. Logo, uma investigação que busca a percepção dos sujeitos que vivenciam o fenômeno deve usar instrumentos de coleta de dados que permitam ao investigador captar os mais diversos dados sobre a realidade dos acontecimentos.

Do mesmo modo que um problema analisado sobre o prisma qualitativo demanda dados diversos, a adoção da estratégia metodológica da teoria fundamentada também exige diferentes dados para a explicação do fenômeno. Logo, os instrumentos de coleta de dados utilizados por um estudo de cunho qualitativo guiado pela teoria fundamentada devem conseguir captar complexos dados para o entendimento do fenômeno estudado. E para tanto, a investigação realizada deve ser guiada pela observação constante de busca e análise de dados pertinentes que consigam explicar o fenômeno investigado. Sendo assim, neste estudo os instrumentos de coleta de dados adotados foram a observação, e a entrevista semiestruturada.

De acordo com Quivy & Campenhoudt (2005, pp. 157-193) a observação é o método que orienta todo o trabalho de investigação e tem por objetivo a seleção e análise de dados pertinentes para a compreensão e explicação do fenômeno investigado. Os instrumentos de coleta de dados são escolhidos em função das informações demandadas pelo modelo de análise previamente definido e representam a forma como os dados serão extraídos da amostragem selecionada. Quando utilizada a observação, esta deve ser realizada sem a interferência do sujeito investigado e se destinar ao registro dos dados pertinentes requisitados pelos indicadores propostos no modelo de análise, revelando de forma direta a constatação do entrevistador sobre os fatos observados. De forma contrária a entrevista é realizada com a participação dos sujeitos requisitados e revela dados sobre a percepção dos entrevistados sobre o tema em estudo. Ambos os instrumentos de recolha de dados devem

seguir um guião previamente elaborado, segundo os referidos autores, e assim foi feito neste trabalho de investigação.

Efetivamente este estudo utilizou a observação para: elaborar o modelo de análise, realizar as entrevistas e registar situações que revelaram detalhes sobre o comportamento de consumo dos sujeitos investigados. E a entrevista foi utilizada para captar a perceção dos sujeitos investigados que vivenciaram a situação problema estudada.

As entrevistas realizadas neste estudo foram transcritas na íntegra e integram o anexo I. O registo das observações está apresentado em apêndice ao memorando n.º 13.

Dessa forma, para o registo e tratamento dos dados coletados nesta investigação utilizaram-se as seguintes ferramentas de gerenciamento: memorandos e diagramas. E para orientar a coleta dos dados foi construída uma guia de entrevista. Os dados coletados pela entrevista constituem os dados primários deste estudo.

Importa salientar que nos memorandos deve ser registado todo o percurso investigado, bem como as impressões do investigador sobre os dados coletados e analisados; E que a utilização desses documentos de registo é recomendada pelos precursores da teoria fundamentada Glaser & Strauss (1967). Portanto, por meio dos memorandos é possível o conhecimento do labor investigativo de coleta e análise dos dados. Os memorandos que orientaram a coleta e o tratamento dos dados da investigação realizada estão detalhados no anexo II.

## **2.5 Amostra**

A seleção dos sujeitos investigados foi orientada por meio do processo de amostragem teórica. Por este processo de coleta de dados, o investigador decide quais serão os dados coletados e onde encontrá-los para fundamentar os conceitos que emergem da análise do fenómeno investigado (Glaser & Strauss, 1967). A coleta de dados na teoria fundamentada ocorre de forma gradual durante todo o processo de investigação (Strauss & Corbin, 1990). Assim, à medida que os dados são coletados e analisados, surgem conceitos que serão aclarados com novos dados, e assim sucessivamente até o momento da saturação dos dados. Dito de outra forma, quando utilizada a metodologia da teoria fundamentada, a

coleta de dados é orientada pelos conceitos que emergem das análises realizadas e que precisam ser esclarecidos.

Na presente investigação os entrevistados foram escolhidos da seguinte forma: sorteio efetuado pela investigadora baseado na lista de profissionais inscritos nos sindicatos de classe. Para tanto, a investigadora buscou junto aos sindicatos dos trabalhadores rurais, da construção civil e pescadores da cidade do Rio Grande uma lista de associados e efetuou o sorteio. Também é importante mencionar que no decorrer da investigação os dados obtidos indicaram a necessidade de buscar informações sobre profissionais que exerciam a sua atividade de forma informal, ou seja, sem registro da atividade profissional. E para estes, a seleção foi também por sorteio baseada em anúncios de oferta de serviço divulgado nas redes sociais “Facebook” e “Instagram”, para os quais a pesquisadora fez uma lista de profissionais e depois um sorteio. Optou-se por utilizar as redes sociais porque foi constatado pela investigadora, por meio de observação, que os profissionais informais utilizavam essas redes sociais para divulgarem seus serviços durante o período de pandemia.

Em suma, o número de entrevistas realizadas nesta investigação foi de 21 (vinte e uma) e estas ocorreram do dia 18 de janeiro ao dia 2 de abril de 2021.

## **2.6 Etapas do trabalho de investigação**

É fato que toda a investigação percorre um caminho, e que estes estão interligados. As etapas percorridas para realizar este estudo foram:

- 1- Planejamento da investigação
- 2- Definição do modelo de análise
- 3- Elaboração de memorandos
- 4- Elaboração do guião de entrevista e do guião de observação
- 5- Seleção dos entrevistados
- 6- Aplicação das entrevistas
- 7- Análise dos dados
- 8- Elaboração do modelo concetual
- 9- Revisão Integrativa da literatura

#### 10- Comparação das evidências do modelo conceitual com as encontradas na revisão integrativa da literatura

Assinala-se que a elaboração de memorandos (etapa 3) ocorreu durante todo o trabalho de recolha e análise dos dados. E que o trabalho de análise (etapa 7) se iniciou após a realização da primeira entrevista, e se estendeu durante toda a investigação, ou seja, os dados foram analisados e reanalisados de forma constante até à compreensão do fenómeno e redação dos conceitos explicativos (modelo conceitual).

Também é importante destacar que após a definição do modelo conceitual foi elaborada uma revisão integrativa da literatura. Essa revisão teve por propósito buscar evidências sobre estudos realizados sobre o fenómeno investigado.

Em suma, o resultado da investigação orientada pela metodologia da teoria fundamentada culminou com um modelo conceitual que foi comparado com as evidências encontradas na revisão integrativa da literatura. Esta comparação teve por propósito construir as discussões e conclusões do estudo realizado.

### **3 ANÁLISE DOS DADOS DAS ENTREVISTAS REALIZADAS**

Primeiramente registra-se que esta investigação teve por objeto de estudo os trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande-RS. E por objetivo desenvolver um modelo conceitual que permitisse a compreensão do comportamento de consumo no contexto da Covid-19 dessa categoria de profissionais.

A orientação metodológica da investigação realizada foi a teoria fundamentada. Metodologia que tem por base a recolha e a análise constante dos dados, de tal forma que as informações que emergem dos dados determinam os rumos da investigação. Neste sentido, ressalta-se que para facilitar o trabalho de recolha e análise dos dados, foram redigidos memorandos ao longo do processo desta investigação. Estes memorandos estão apresentados no anexo 02.

Neste apartado estão apresentados as análises e o resultado da investigação realizada. A análise dos dados dessa investigação será apresentada por três tipos de codificações de dados (aberta, axial, seletiva). Iniciar-se-á este apartado apresentando a qualificação da amostra, depois a codificação dos dados brutos (codificação aberta), seguida da reanálise desses dados (codificação axial) e terminar-se-á com os conceitos teóricos que emergiram dos dados (codificação seletiva).

#### **3.1 Qualificação da Amostra**

Na presente investigação foram utilizadas 21 (vinte e uma) entrevistas semiestruturadas para a recolha dos dados. As entrevistas foram realizadas na cidade brasileira do Rio Grande-RS no período de 18/01/2021 a 02/04/2021. O quadro 5 apresenta dados sobre a qualificação dos sujeitos investigados que contribuíram para esta investigação.

As informações reveladas pelos dados de qualificação dos entrevistados evidenciaram as seguintes informações:

- ✓ Os profissionais entrevistados têm diferentes níveis de escolaridade; o menor nível de escolaridade (nível fundamental) corresponde a 23,81% da amostra; e 19,04% dos entrevistados possuem curso superior completo.
- ✓ A maioria dos entrevistados (76,19%) exerce a atividade profissional há mais de um ano. A informação permite a compreensão que o custeio do consumo familiar da maioria dos entrevistados provém do exercício de uma atividade profissional independente com baixa remuneração.
- ✓ Apenas 7 (sete) dos 21 (vinte e um) entrevistados não são os únicos responsáveis pelo ingresso financeiro na sua residência, ou seja, 14 (catorze) entrevistados são responsáveis pela manutenção do consumo familiar, são arrimos de família.
- ✓ Os entrevistados atuam em diferentes profissões; sendo que apenas 01 (um) dos entrevistados não recebeu o programa social denominado de “Auxílio emergencial” para enfrentar os problemas da Covid-19. Salienta-se que o referido programa foi pago em forma de subsídio às pessoas de baixa renda que não recebiam nenhum benefício social e que este profissional não recebeu o referido benefício porque recebe proventos de aposentadoria de 1 salário mínimo.
- ✓ O percentual de entrevistados que atuam de forma informal corresponde a 47,62%. Nesse sentido importa destacar que o trabalhador informal não tem assegurado os benefícios da previdência social.

Com efeito, os dados de identificação elencados no quadro 5 são fundamentais para o conhecimento das características das pessoas que integraram a amostra utilizada pelo trabalho de investigação. Analisando a formação da renda dos entrevistados, constata-se que esta é formada por valores recebidos provenientes do trabalho realizado e complementados com benefícios sociais.

Entre os benefícios sociais recebidos pelos entrevistados está o Auxílio Emergencial Covid-19. Este benefício foi um subsídio pago pelo Governo brasileiro em forma de ajuda temporária para mitigar os efeitos da Covid-19. Essa ajuda foi paga às pessoas cuja renda familiar mensal fosse inferior a 03 (três) salários mínimos nacionais.

**QUADRO 5 IDENTIFICAÇÃO DOS ENTREVISTADOS**

Nº Entrevista	Atividade desenvolvida	Idade	Género	Instrução	Tempo na atividade (anos)	Pessoas no núcleo familiar	N.º filhos menores	Tipo de atuação	Recebeu subsídio Auxílio emergencial Covid-19	Outras Rendas familiar além da atividade exercida	Adultos envolvidos na atividade	Trabalhou durante a Covid
01	Agropecuária	62	Masculino	Ensino Médio	46	03	0	Formal	Não	Aposentadoria	03	Sim
02	Agropecuária	60	Feminino	Ensino Médio	35	03	0	Formal	Sim	Nenhuma	03	Sim
03	Agropecuária	32	Masculino	Superior	16	03	0	Formal	Sim	Nenhuma	03	Sim
04	Pescador	35	Masculino	Fundamental	29	05	03	Formal	Sim	Bolsa Família e Seguro Defeso	01	Sim
05	Pedreiro	30	Masculino	Ensino Médio	14	04	02	Formal	Sim	Nenhuma	01	Sim
06	Jardinagem	40	Outros	Ensino Médio	6 meses	06	04	Informal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
07	Reparos	42	Masculino	Ensino Médio	01	03	01	Formal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
08	Entregador	29	Masculino	Superior	01	04	02	Informal	Sim	Bolsa Família	02	Sim
09	Entregador	45	Masculino	Ensino Médio	25	06	01	Formal	Sim	Nenhuma	05	Sim
10	Cuidadora	26	Outros	Ensino Médio	01	01	0	Informal	Sim	Nenhuma	01	Sim
11	Doceira	45	Feminino	Fundamental	10	03	02	Formal	Sim	Nenhuma	02	Sim
12	Motorista de Aplicativos	29	Masculino	Superior	01	03	01	Informal	Sim	Nenhum	01	Sim
13	Vendedor ambulante	32	Masculino	Fundamental	05	05	03	Informal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
14	Feirante	51	Masculino	Fundamental	05	05	01	Formal	Sim	Nenhuma	04	Sim
15	Pintor	49	Masculino	Ensino Médio incompleto	20	04	02	Informal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
16	Diarista	35	Feminino	Fundamental	05	04	03	Informal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
17	Manicure	28	Feminino	Ensino Médio	04	02	01	Informal	Sim	Bolsa Família	01	Sim
18	Cantora em bares	33	Feminino	Ensino Médio	10	03	01	Informal	Sim	Cônjuge trabalha	01	Não
19	Barman	28	Outros	Superior incompleto	04	03	01	Informal	Sim	Não	01	Não
20	Artesã	32	Feminina	Ensino Médio Incompleto	10	01	01	Formal	Sim	Não	01	Não
21	Personal Trainer	33	Masculino	Superior	10	03	01	Formal	Sim	Não	01	Não

Também se constatou que 14 (catorze) dos entrevistados são “arrimos” de família, ou seja, são os responsáveis pelos gastos familiares, porque são os únicos que exercem atividade profissional remunerada no núcleo familiar. E considerando que 20 dos 21 entrevistados foram beneficiários do subsídio Auxílio Emergencial Covid-19, ajuda de caráter temporário paga a famílias de baixa renda para minimizar os danos causados pela pandemia, pode-se compreender que a renda desses trabalhadores no contexto da Covid-19 foi complementada com o referido subsídio governamental de caráter temporário.

Com o proposto de identificar o valor médio da renda dos trabalhadores independentes brasileiros, buscou-se dados sobre o valor médio recebido por essa categoria de profissionais no Brasil. Estes dados estão apresentados no quadro 6. Neste sentido assinala-se que em média a renda desses trabalhadores aumentou durante o primeiro ano da pandemia Covid-19 e em nenhum período essa renda ultrapassou a 02 (dois) salário mínimo nacional. E considerando a legislação brasileira que define os critérios de qualificação de baixa renda (BRASIL, Decreto N° 11016/1993, e BRASIL, Decreto n° 6.135/2007), percebe-se que estes profissionais são qualificados como baixa renda desde antes da pandemia.

**QUADRO 6 RENDA MÉDIA DOS TRABALHADORES INDEPENDENTES BRASILEIROS**

<b>Indicador</b>	<b>4ºtrim 2019</b>	<b>1ºtrim 2020</b>	<b>2ºtrim 2020</b>	<b>3ºtrim 2020</b>	<b>4ºtrim 2020</b>	<b>1ºtrim 2021</b>
Rendimento médio mensal recebido pelos trabalhadores independentes (A)	R\$1.711,00	R\$1.754,00	R\$1.792,00	R\$1.800,05	R\$1.802,00	R\$1.905,00
Valor do salário mínimo (B)	R\$998,00	R\$1.045,00	R\$1.045,00	R\$1.045,00	R\$1.045,00	R\$1.100,00
Quantidade de salários mínimo C=A/B	1,71	1,68	1,71	1,72	1,72	1,73

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pnadct/tabelas>).

Concisamente, a qualificação dos entrevistados apresentada no quadro 5 retrata uma amostra de profissionais com baixa renda. Essas pessoas para custear o seu consumo, necessitaram de ajudas de programas sociais durante a Covid-19, ou seja, a renda obtida com o labor profissional dessas pessoas não foi suficiente para o custeio de sobrevivência durante o contexto da Covid-19. Porém, constatou-se que em termos de renda média brasileira, esta categoria de profissionais já enfrentava problemas de baixa renda antes da pandemia.

### **3.2 Codificação Aberta**

A codificação aberta realizada nesta investigação, iniciou-se com a rotulação dos dados em códigos, realizada por meio da análise (palavra por palavra) das respostas dos entrevistados aos questionamentos apresentados nas 21 entrevistas semiestruturadas realizadas.

O anexo III contempla a identificação e o significado dos 80 (oitenta) códigos que surgiram ao longo da realização da análise dos dados coletados nas entrevistas. Por meio da lista de códigos apresentada no referido anexo, é possível também identificar o extrato das entrevistas que justificaram a criação dos códigos. Após a rotulação dos dados, os códigos foram agrupados em 25 (vinte e cinco) conceitos e em 4 (quatro) categorias.

De acordo com Strauss & Corbin (1990, p. 96) os conceitos são rótulos atribuídos aos acontecimentos, e as categorias são a classificação dos conceitos. Em outras palavras, a categoria é um tipo de conceito utilizado para um nível mais alto de abstração (Glaser, 1978, p. 38). Dessa forma pode-se compreender que as categorias têm a função de agrupar conceitos para facilitar o entendimento do trabalho de investigação, e os conceitos representam o agrupamento de dados.

Efetivamente a codificação aberta foi elaborada para extrair conceitos das respostas das entrevistas que permitissem a compreensão do fenômeno em conformidade com a percepção dos investigados, e está detalhada no quadro 53 do Memorando 14. Neste quadro é possível identificar as categorias e os conceitos que emergiram dos dados brutos e que continuaram a ser analisados nas etapas de análise seguintes (codificação axial e seletiva) até a definição dos conceitos teóricos sobre a explicação do fenômeno estudado.

### **3.3 Codificação Axial**

A codificação axial é o procedimento analítico que busca estabelecer as relações entre as categorias e subcategorias que emergiram dos dados brutos analisados na codificação aberta. De acordo com Strauss & Corbin (1990, p. 96) a codificação axial é “*um conjunto de procedimentos realizados após a codificação aberta onde os dados são colocados numa nova forma, por meio das relações entre as categorias. Isto é realizado com*

*o paradigma de codificação que envolve condições, contexto, estratégia de ação/interação e as suas consequências*”. Sendo assim, pode-se perceber a codificação axial como uma análise minuciosa das relações dos diferentes conceitos que emergiram da codificação aberta com o propósito de identificar as informações reveladas sobre o fenômeno estudado.

Importante assinalar que existem dois entendimentos teóricos sobre o momento da realização da codificação axial. Para Glaser (1978) a codificação aberta e a axial são realizadas no mesmo momento. Strauss e Corbin (1990) entendem que a codificação axial ocorre após a realização da codificação aberta. Neste estudo, optou-se por realizar em separado cada uma das codificações, porque se entende que tal procedimento exige uma análise mais acurada das informações que podem ser extraídas dos dados. Dessa forma, realizou-se nesta investigação o agrupamento dos conceitos em categorias na fase da codificação axial. A referida codificação teve por propósito estabelecer: o significado de cada categoria e subcategorias relacionadas; e o efeito e a inter-relação de cada categoria de conceitos com o fenômeno investigado. Para tanto, uma análise detalhada dos códigos foi realizada. No memorando 15 estão registados os resultados dessa análise que resultou no agrupamento dos conceitos em 04 (quatro) categorias e 13 (treze) subcategorias com os significados apresentadas no quadro 7.

**QUADRO 7 SIGNIFICADO DAS CATEGORIAS NA CODIFICAÇÃO AXIAL**

<b>Categoria AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO</b>	
<b>Significado:</b> avaliar os aspetos financeiros que norteiam as ações de consumo praticadas pelos entrevistados	
<b>Subcategorias</b>	<b>Significado</b>
Disponibilidade Financeira para consumir	Contempla a composição dos itens que integram o montante de recursos financeiro mensal disponível para aquisição de itens de consumo pelos sujeitos investigados.
Itens de consumo adquiridos	Apresenta informações sobre: as modalidades de compra, formação do orçamento familiar, itens de consumo priorizado pelos entrevistados, forma de aquisição dos itens de consumo, e produtos comprados e não utilizados.
Fator limitante da aquisição de itens de consumo	Identifica o fator que limita as ações de aquisição de itens de consumo dos entrevistados.
Itens de consumo considerados em falta	Relaciona os itens de consumo percebidos como em falta, e os itens que seriam adquiridos caso o entrevistado possuísse condições para os comprar.
Ações que norteiam as decisões de aquisição de itens de consumo	Identifica os motivos que os entrevistados utilizam como base de sustento das suas decisões de consumo.

(continua pág. 31)

(continuação pág. 30)

<b>Categoria AÇÕES DE CONSUMO SUSTENTÁVEL</b>	
<b>Significado:</b> Agrupar os conceitos relacionados as ações de consumo sustentável praticadas pelos entrevistados. Para tanto, esta categoria contempla informações sobre: as ações de solidariedade recebidas e ofertadas; a percepção dos investigados sobre práticas de consumo viáveis de realização por qualquer pessoa que almeje a preservação ambiental e a redução de consumo; a compreensão sobre o nível de qualidade de vida dos entrevistados e; as atividades de lazer praticadas pelos entrevistados.	
<b>Subcategorias</b>	<b>Significado</b>
Ação de Solidariedade	Identifica as iniciativas de solidariedade recebidas e ofertadas pelos entrevistados.
Percepção sobre Práticas de Ações de sustentabilidade	Enumeradas nesta unidade de análise as ações praticadas e percebidas pelos sujeitos investigados como possíveis de realização por todas as pessoas que desejarem reduzir custos e preservar o meio ambiente.
Percepção sobre qualidade de vida e Atividade de Lazer Praticadas	Traduz os dados sobre a maneira como os sujeitos investigados percebem o seu nível de qualidade de vida, bem como elencar as atividades de lazer praticadas pelos mesmos.
<b>Categoria DECISÕES DE CONSUMO NA COVID-19</b>	
<b>Significado:</b> Identificar a capacidade de resposta dos entrevistados aos problemas de consumo enfrentados durante a pandemia Covid-19.	
<b>Subcategorias</b>	<b>Significado</b>
Problemas de consumo enfrentados na Covid-19	Identifica os problemas de consumo vivenciados pelos entrevistados no período da Covid-19.
Enfrentamento dos problemas de consumo provocados pela Covid-19	Contempla as ações empreendidas pelos sujeitos investigados para sanar os danos causados pelos problemas de consumo enfrentados durante o período da pandemia Covid-19.
Enfrentamento da alta de preços	Agrupa os dados sobre as ações empreendidas pelos entrevistados para manter o seu consumo e suportar a inflação vivenciada durante a Covid-19.
<b>Categoria MODIFICAÇÕES DE CONSUMO NA COVID-19</b>	
<b>Significado:</b> Descreve a percepção dos entrevistados sobre as modificações no seu comportamento de consumo, herdadas do período da pandemia Covid-19.	
<b>Subcategorias</b>	<b>Significado</b>
Modificações de consumo na Covid-19	Relaciona as modificações do comportamento de consumo dos entrevistados ocorridas no período da pandemia.
Prognóstico para o período pós-pandemia.	Congrega os dados que emergiram das entrevistas sobre o pensamento dos entrevistados de “como será o consumo” no período onde a pandemia não mais existir.

Uma vez identificado as categorias e subcategorias que emergiram do agrupamento dos dados na codificação axial necessário se faz uma análise das informações que forma reveladas. Esta análise será apresentada para cada uma das 04 (quatro) categorias, e suas subcategorias relacionadas.

### **3.3.1 Análise da categoria Aquisição de Itens de Consumo**

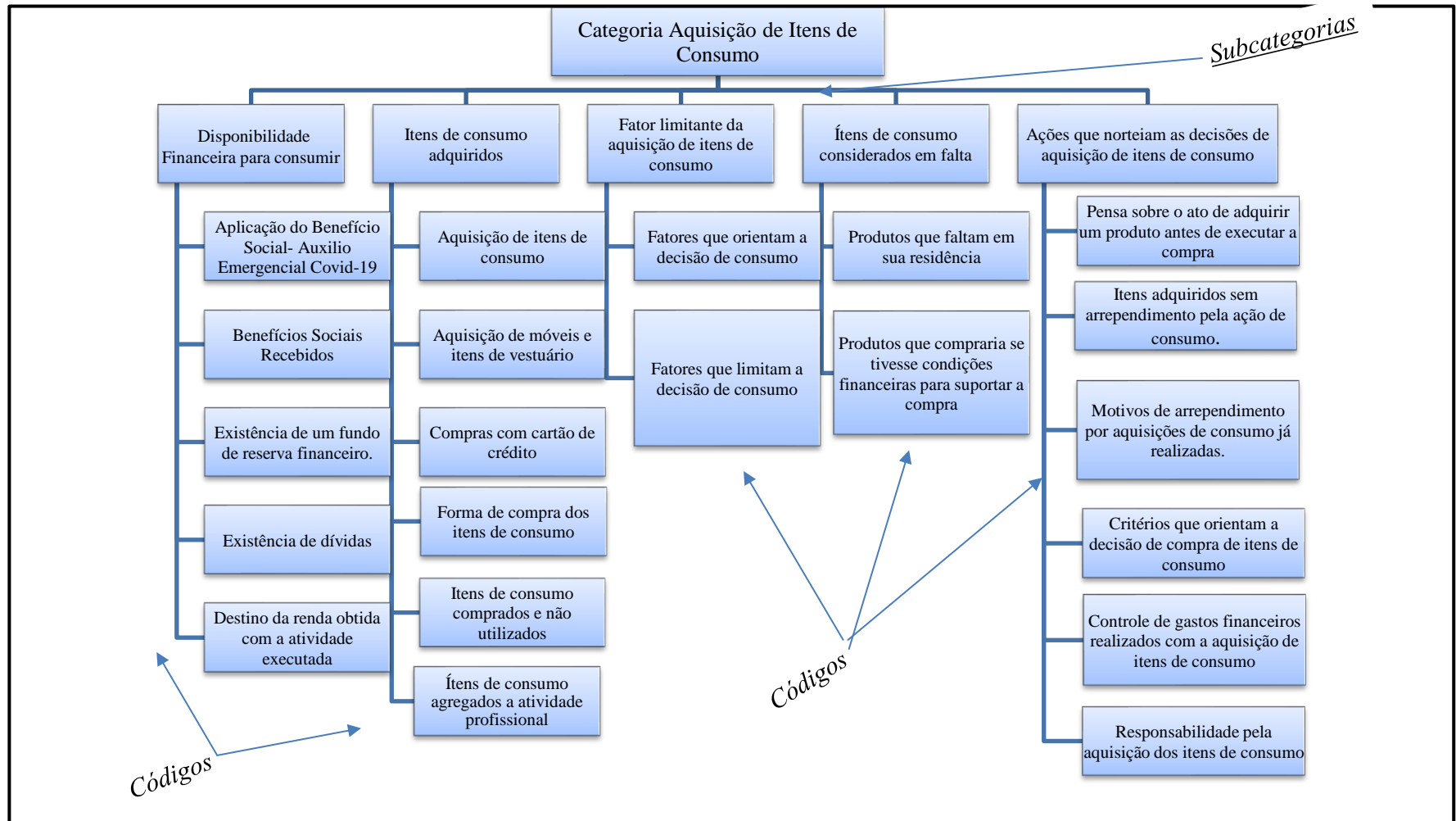
É fato que o consumo é inerente a existência humana, como também é fato que os itens de consumo comercializados exigem da pessoa adquirente um desembolso financeiro para a sua aquisição. Dito de outra forma, a compra de itens de consumo comercializados só é possível mediante pagamento pelo comprador. Dessa forma, a compra dos itens de consumo comercializados está acessível somente à aquelas pessoas que possuem recursos financeiros para suportar a transação comercial. E por esta razão, o consumo de itens comercializados tem uma dimensão financeira.

A dimensão financeira do comportamento de consumo traduz a fonte dos recursos financeiros aplicados na aquisição de itens de consumo. Assim sendo, a análise da categoria aquisição de itens de consumo contemplou as subcategorias que traduzem a dimensão financeira das ações de consumo praticadas pelos investigados no contexto da pandemia Covid-19.

Na figura 1 é apresentado um esquema com os códigos relacionados a cada subcategoria que integra a categoria Aquisição de Consumo, e os detalhes da análise dos códigos que integram essa categoria estão relatados no memorando 15.

Com o propósito de entender a formação do orçamento financeiro familiar dos entrevistados, apresenta-se no quadro 8 os itens que formam a fonte e o destino dos recursos financeiros deste orçamento. Por esta representação é possível compreender que a aquisição dos itens de consumo pelos entrevistados está condicionada ao montante existente de disponibilidade financeira. Montante este sendo complementado por subsídios sociais, e reduzido por pagamentos de dívidas e consumo de itens essenciais ao exercício da atividade profissional.

Figura 1 Categoria Aquisição de Itens de Consumo e suas subcategorias com respectivos códigos



## QUADRO 8 RESULTADO FINANCEIRO DO ORÇAMENTO FAMILIAR DOS ENTREVISTADOS

<b>RFOF = DF - AIC – PD</b>
Onde:
RFOF = Resultado Financeiro do Orçamento Familiar
DF = Disponibilidade Financeira
DF = Renda da Atividade Exercida + Ajudas Solidárias + Benefícios Recebidos de Programas Sociais + Renda profissional de outros membros familiares.
AIC = Aquisição de itens de Consumo
AIC = (Compra de alimentos, medicamentos, vestuário para crianças) + Consumo agregados a atividade + Pagamento de Serviços Utilizados + Gastos com Aluguel
PD= Pagamento de Dívidas
<i>Observa-se que o resultado do orçamento familiar pode ser positivo ou negativo. Um resultado financeiro positivo ocorrerá quando a disponibilidade financeira for superior ao somatório da aquisição de itens de consumo e do pagamento das dívidas. E ocorrerá um resultado negativo quando este somatório for superior a disponibilidade financeira.</i>

O quadro 9 apresenta o destino do benefício social “Auxílio Emergencial Covid-19” em função do objeto de gasto pelos 20 (vinte) entrevistados que receberam o referido subsídio. É importante destacar que a utilização do benefício ocorreu de forma diversificada em mais de um objeto de gasto como evidenciado no quadro 8. Salienta-se que este benefício foi um subsídio social de ajuda temporária, pago mensalmente pelo governo brasileiro para mitigar os danos financeiros provocados pela Covid-19. O referido subsídio foi instituído no início de 2020 e perdurou até outubro de 2021.

Outrossim, sobressai dos dados agrupado na categoria em análise, a informação que o montante de ingresso de recursos financeiros gerenciados pelos entrevistados não suporta a formação de um fundo de reserva porque os valores recebidos são utilizados na sua totalidade. E quando ocorreu resultado orçamentário negativo, o endividamento foi a alternativa utilizada pelos entrevistados para manter o consumo familiar, decisão que comprometeu os recursos financeiros dos meses subsequentes até a quitação da dívida.

#### QUADRO 9 DESTINO DO ABONO EMERGENCIAL COVID-19 DADO PELOS ENTREVISTADOS

<b>Objeto de gasto</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Pagamento de conta de água e luz	06
Pagamento de contas de cartão de crédito	01
Pagamento de compra de gás	01
Aluguéis	05
Comida	07
Despesas com crianças	01
Dívidas	01
Contas em geral	01
Gastos da casa	02
Despesa do negócio	02
Pagamento de pensão alimentícia	02
Compra de computador	02

Com relação às dívidas constatou-se uma preocupação com o pagamento por parte da totalidade dos entrevistados. E com referência aos entrevistados que vivenciam uma situação de endividamento as informações que emergiram das entrevistas realizadas revelam que:

- ✓ Os entrevistados possuem conhecimento que os empréstimos são acrescidos de juros, e que o seu pagamento absorve parte da renda obtida com a sua atividade profissional.
- ✓ O endividamento é consequência da necessidade de cobrir o resultado negativo do orçamento mensal.
- ✓ Aqueles entrevistados que não conseguiram quitar as suas dívidas no prazo de vencimento, não conseguiram crédito.
- ✓ Alguns entrevistados possuem dívidas originadas de renegociação de débitos com fatura de cartão de crédito, e juros de mora de financiamento.

No tocante a forma de pagamento de aquisição de itens de consumo pelos entrevistados constata-se:

- ✓ A utilização do cartão de crédito como uma prática frequente pelos entrevistados que não possuem o nome negativado e inscrito no sistema de proteção de crédito. Essa modalidade de compra gera um sentimento de preocupação em dispor de recursos financeiros para pagar a fatura do cartão na data do vencimento.

- ✓ Entrevistados com nome negativado precisam dispor de recursos financeiros em espécie para efetuarem as suas compras, ou de autorização para utilização do cartão de crédito de familiares e amigos.

No que tange a informações sobre a formação dos gastos do orçamento familiar a análise dos dados revelou que:

- ✓ Os gastos são destinados ao pagamento de alimentação, serviços (água, luz, telefone e internet), gás, combustível, alugueis, pagamento de dívidas, pensão alimentícia, remédios, roupas e fraldas para as crianças.
- ✓ As compras de itens de vestuário somente quando são destinadas às crianças são vistas como prioridade de consumo.
- ✓ O consumo com higiene pessoal é tratado pelos entrevistados como gastos da residência, e esses percebidos como gastos com alimentação.
- ✓ A compra com móveis e vestuário não é frequente, as roupas que utilizam os entrevistados são em grande parte doadas por amigos ou entidades sociais.
- ✓ Em alguns casos a compra de equipamentos para o exercício da atividade profissional é favorecida pela ajuda de clientes.
- ✓ É comum a compra de itens de vestuário em brechós (lojas que vendem roupas usadas), e as compras são realizadas em ocasião especial de festa.

O quadro 10 apresenta os itens de consumo que integram os gastos mensais enfatizados como prioritários segundo a percepção dos entrevistados. Nota-se que a alimentação é vista como gasto de consumo preferencial para os arrimos de família, ou seja, para os responsáveis pelo sustento familiar. E que os gastos com suprimentos para a atividade são essenciais para o exercício da profissão e consequente obtenção de renda para essa categoria de profissionais.

Quanto à forma utilizada para realizar as aquisições de itens de consumo alimentar pelos entrevistados, identificaram-se as seguintes práticas:

- ✓ utilização da “*internet*” para pesquisa de preços;
- ✓ realização de compras pela “*internet*”; de forma presencial e por amigos e familiares;
- ✓ realização de compras em mercados do bairro devido à obtenção de um prazo maior para o pagamento;

- ✓ realização de compras em supermercado quando existe a disponibilidade financeira ou limite para realização de compras no cartão de crédito;
- ✓ compras realizadas diretamente com os produtores por aqueles entrevistados com acesso aos produtores.

#### QUADRO 10 ITENS DE CONSUMO MENSAL PRIORIZADOS

Itens percebidos como prioritários para os entrevistados	Quantidade de entrevistados
Comida	14
<i>Internet</i>	7
Pagamento de dívidas	1
Remédios	2
Alugueis	5
Água	7
Luz	9
Combustível	1
Pensão alimentícia de filhos	1
Telefone	1
Gás	1
Suprimentos para a atividade profissional	10

O quadro 11 apresenta a forma de compra de alimentos praticada pelos entrevistados durante o contexto da Covid-19.

#### QUADRO 11 FORMA DE COMPRA DE ALIMENTOS

Forma de compra	Quantidade de entrevistados
Utilização da “ <i>internet</i> ” para fazer pesquisa de preço	02
Compras pela “ <i>internet</i> ”	04
Compras presenciais	14
Compras por tele-entrega	03
Compras em mercado local	06
Compras em feira livre	01
Compras direto do produtor	01
Compras em supermercados	14

E com referência a prática da ação de compra de produtos não utilizados pelos entrevistados, esta decorre da falta de planejamento sobre a realização das compras. Esta ação resulta em desperdício de recursos financeiros para os que adquirem, e pode ter outros custos agregados como o custo de armazenamento, guarda de produtos não utilizados, e produção de itens desnecessários, e consequente desperdício de recursos naturais. O quadro 12 apresenta as informações sobre a identificação dos tipos de produtos comprados e não

utilizados pelos entrevistados. Por onde, constata-se que 11 dos 21 entrevistados realizaram aquisição de itens de consumo que não foram utilizados, e sabem precisar quais produtos foram objeto de desperdício de recursos financeiros.

**QUADRO 12 PRODUTOS COMPRADOS E NÃO UTILIZADOS**

<b>Produtos</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Roupas	02
Máquina de café	01
Produto que chama de “ <i>porcaria</i> ” porque não teve utilidade	01
Compras pela internet de peças de vestuário	04
Não identifica nenhum item comprado e não utilizado	04

Em sentido contrário a aquisição de itens não utilizados, onde a aquisição foi possível, infere-se a existência de produtos que mesmo desejado não são consumidos pelos entrevistados. Isso ocorre devido à existência de fatores que impedem a sua aquisição pelos sujeitos investigados.

É fato que o ato da compra antecede a posse de um item de consumo, e que os fatores que impedem a realização da compra limitam a aquisição e conseqüente consumo desejado. Por esta razão, entende-se que os fatores que limitam a ação de aquisição são compreendidos como os motivos que impede o consumo de itens, que mesmo desejado, não são adquiridos pelos entrevistados.

Em acordo com a percepção dos investigados, existem fatores que norteiam as ações de aquisição de itens de consumo, uns justificam e os outros impedem a ação de compra desses itens. O quadro 13 apresenta os fatores que norteiam a decisão de aquisição de itens de consumo, onde se percebe que três são os fatores que justificam e dois limitam a decisão de adquirir um determinado item de consumo.

**QUADRO 13 FATORES QUE NORTEIAM A DECISÃO DE CONSUMO**

<b>Fatores que justifica a decisão de consumo</b>	<b>Número de entrevistados</b>	<b>Fatores que limitam a decisão de consumo</b>	<b>Número de entrevistados</b>
Preço	05	Disponibilidade financeira	20
Necessidade do bem	03	Utilidade do bem (se não for útil não compre)	01
Capacidade de pagamento	04		
<b>Total de entrevistados que opinou</b>	<b>12</b>		<b>21</b>

Constata-se que a disponibilidade financeira é percebida como o principal fator que impede a ação de aquisição de itens de consumo pelos investigados. E neste sentido, destaca-se que as informações extraídas revelam itens de consumo que são considerados como essenciais e que estão faltando nas residências e na atividade profissional dos entrevistados. Estes produtos estão elencados no quadro 14.

**QUADRO 14 ITENS DE CONSUMO QUE NECESSITAM OS ENTREVISTADOS**

<b>Produtos</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Animais de serviços na atividade rural	01
Eletrodomésticos para casa	04
Um emprego na área de formação	02
Equipamento de Informática	05
Moveis para a residência	08
Equipamentos para a atividade exercida	01
Percebe que faltam itens de consumo, porém não sabe precisar o que falta	06
Uma casa	01
Não percebe que esteja faltando algum produto de consumo na sua residência	01
Falta tudo comida e roupas para as crianças	01

Da mesma forma, os entrevistados relataram o seu desejo de consumo em caso de existência de disponibilidade financeira. O quadro 15 apresenta os produtos mencionados pelos entrevistados como produtos desejados para consumo. Pela análise dos quadros 15 e 16 percebe-se uma diferença entre os itens de consumo considerados necessários e os almejados, onde os itens necessários são percebidos como possível de ser adquiridos, e os itens almejados são vistos como um sonho de consumo.

**QUADRO 15 PRODUTOS DE CONSUMO ALMEJADOS**

<b>Produtos</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Casa	16
Carro	11
Sítio (pequena propriedade rural)	01
Jóias	01
Casa na praia	02
Fazenda (grande propriedade rural)	01
Motocicleta	02
Brinquedos para o filho	01
Viagem	02
Piscina	01
Mudaria para uma grande cidade	01
Móveis residenciais	02
Equipamentos domésticos	01
Equipamentos profissionais	01
Loja para expor os seus produtos	01
Caminhão para a sua atividade	02
Barco para as suas atividades	01

Percebe-se que a falta de um produto é considerada pelos entrevistados como uma necessidade de curto prazo, e o desejo de consumo como algo que poderá, ou não, ser realizado. Nota-se também que dois dos entrevistados relatam faltar emprego, quando questionados sobre itens de consumo que estariam faltando na sua residência, denotando associar a renda proveniente do emprego remunerado como essencial para a prática de ações de consumo.

As informações emanadas dos dados das entrevistas realizadas nesta investigação denotam que a demanda por consumo dos entrevistados não é satisfeita na sua plenitude. A falta de recursos financeiros que suporte a aquisição dos itens de consumo necessários e desejados pelos entrevistados é o motivo que impede a aquisição e consumo desses itens.

Indelevelmente o ato de aquisição de itens de consumo compromete a parca disponibilidade financeira dos trabalhadores de baixa renda. E toda a aquisição pode gerar um sentimento futuro de arrependimento da ação realizada. Na opinião dos entrevistados o arrependimento de alguma compra de item de consumo pode ocorrer na data do pagamento, quando a modalidade de compra foi realizada para pagamento em data posterior; ou a qualquer momento, pós-compra quando houver uma reflexão sobre a utilidade, e real necessidade de consumo do item adquirido.

O quadro 16 relaciona os produtos que foram objetos de arrependimento de compra adquirida pelos entrevistados. Onde se percebe que 33,33% dos entrevistados nunca se arrependeu de ter adquirido um item de consumo. Fato que pode estar relacionado com os motivos que orientam as decisões de aquisição de itens de consumo dos sujeitos entrevistados.

**QUADRO 16 PRODUTOS ADQUIRIDOS QUE FORAM OBJETO DE ARREPENDIMENTO**

<b>Produtos</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Roupas	08
Presentes	01
Brinquedos	02
Celular	01
Jogos <i>on-line</i>	01
Compras pela “internet”	04
Nunca se arrependeu de ter efetuado uma compra	07

No que tange aos critérios que orientam as decisões de aquisição de itens de consumo pelos entrevistados, encontram-se evidências nos dados sobre os motivos que orientaram as ações de desistência e de aquisição de itens de consumo. Os motivos que levam a desistência de uma compra pelos entrevistados são a reflexão sobre a importância e a utilidade do item de consumo desejado. E os critérios que orientam a ação de aquisição de itens de consumo pelos entrevistados estão elencados no quadro 17.

#### QUADRO 17 CRITÉRIOS QUE ORIENTAM AS AQUISIÇÕES DE ITENS DE CONSUMO

<b>Critérios</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Necessidade e utilidade do produto	07
Existência de recursos financeiros	09
Não pensar sobre o ato da compra	02
Pesquisar previamente os preços e efetuar as compras em função do que realmente precisa	01
Ver e gostar do item de consumo	01
Comprar o que foi solicitado por um membro familiar	01

Decerto os critérios elencados no quadro 17 podem ser considerados como a base de sustento das decisões de aquisição de itens de consumo pelos entrevistados. Pelo que se constata que apenas 02 (dois) dos 21 (vinte um) investigados não utilizam nenhum critério para orientar as suas ações de compra.

E com relação ao controlo dos gastos mensais as informações reveladas pelos dados extraídos das entrevistas realizadas estão elencadas no quadro 18. Por estas informações percebe-se que a prática de controlo não é constante para 80,95% dos entrevistados.

#### QUADRO 18 PRÁTICAS DE CONTROLO DOS GASTOS MENSAIS

<b>Entendimento</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Sabe da importância de utilizar um tipo de controle, porém por falta de tempo não adota nenhum tipo de controle.	03
Controla o valor que tem de dívidas e não sabe precisar o valor do seu consumo	05
Utiliza um aplicativo no celular para registrar as dívidas	01
Não tem controle do gasto compra em função da disponibilidade financeira	02
Não quer pensar a respeito do controlo de gastos	04
Tem controle dos gastos e acha importante registrar o gasto.	03
Compra e vai pagando, não tem controle do gasto e das dívidas	07
Desconhece o gasto do mês	17
Sabem que o gasto do mês foi em alimentação	03
Pensa que não é importante saber o destino dos seus recursos porque ficaria triste em saber que ganha pouco.	04
Não conseguiria fazer o registo do gasto do seu consumo porque não se acha capacitado para isso.	02

Em suma, percebe-se que quando as compras são realizadas segundo algum critério, está o consumidor pensando na ação do consumo, planejando a aplicação e maximização do seu recurso financeiro. Por fim, a análise da categoria “aquisição de itens de consumo” revela informações sobre: a priorização de consumo alimentar, serviços domiciliar e de itens essenciais ao exercício da atividade profissional; a disponibilidade financeira como fator limitante para aquisição de itens de consumo; a percepção dos entrevistados sobre os itens de consumo desejados e os que estão em falta em virtude da indisponibilidade financeira; e os fatores que orientam as decisões de consumo.

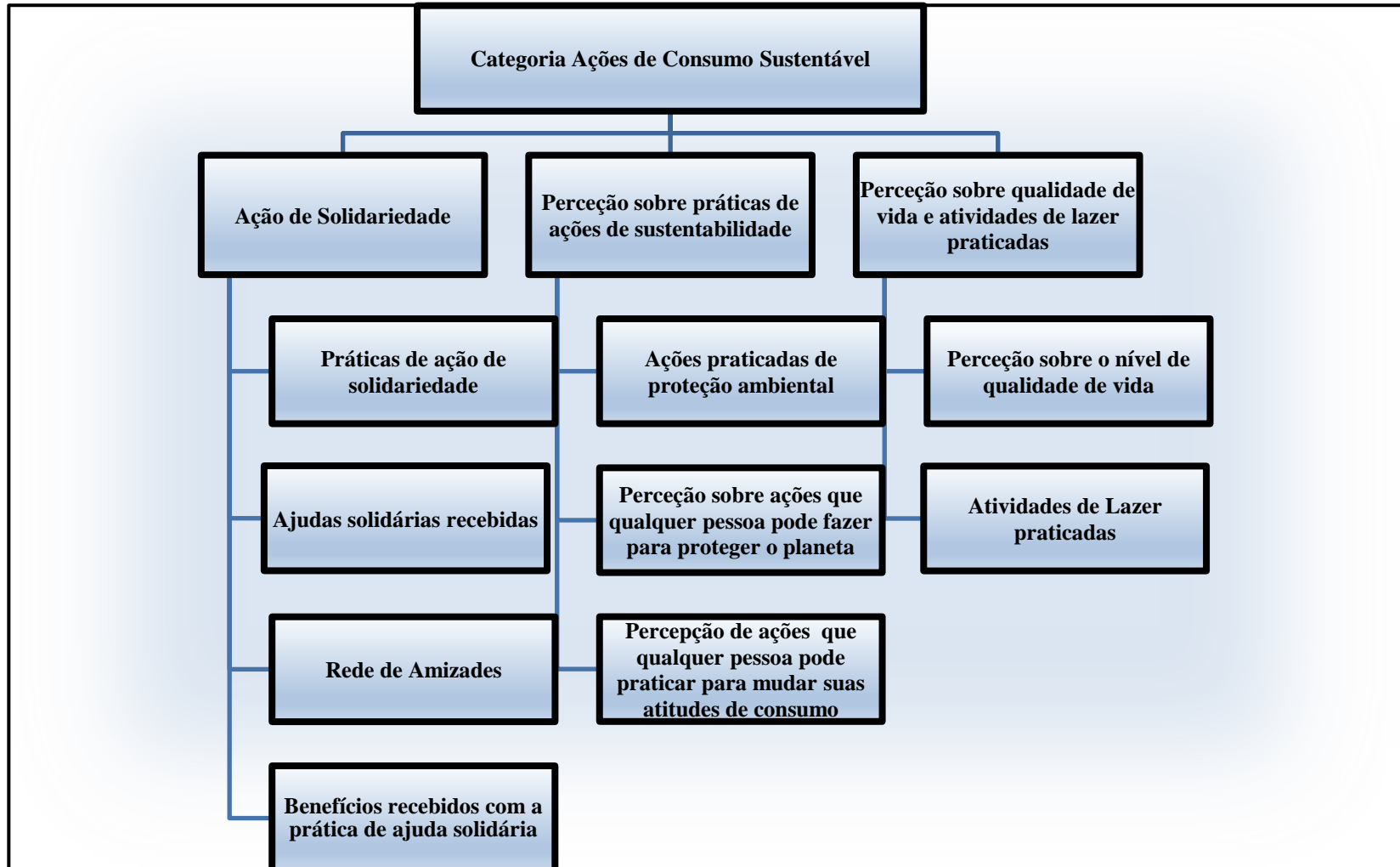
Entre os critérios utilizados para a decisão de aquisição de consumo elencados pelos entrevistados, estão a existência de recursos financeiros que suporte a aquisição dos itens de consumo, o menor preço, e a seleção de itens de aquisição em virtude da real necessidade de consumo.

### **3.3.2 Análise da categoria Ações de Consumo Sustentável**

Esta unidade de análise agrupa os conceitos relacionados as ações de consumo sustentável praticadas pelos entrevistados. Por meio da análise dessa categoria busca-se: elencar as ações de solidariedade recebidas e ofertadas; descrever a percepção dos investigados sobre práticas de consumo viáveis de realização por qualquer pessoa que almeje a preservação ambiental e a redução de consumo; relatar a compreensão sobre o nível de qualidade de vida dos entrevistados e; enumerar as atividades de lazer praticadas por esses profissionais.

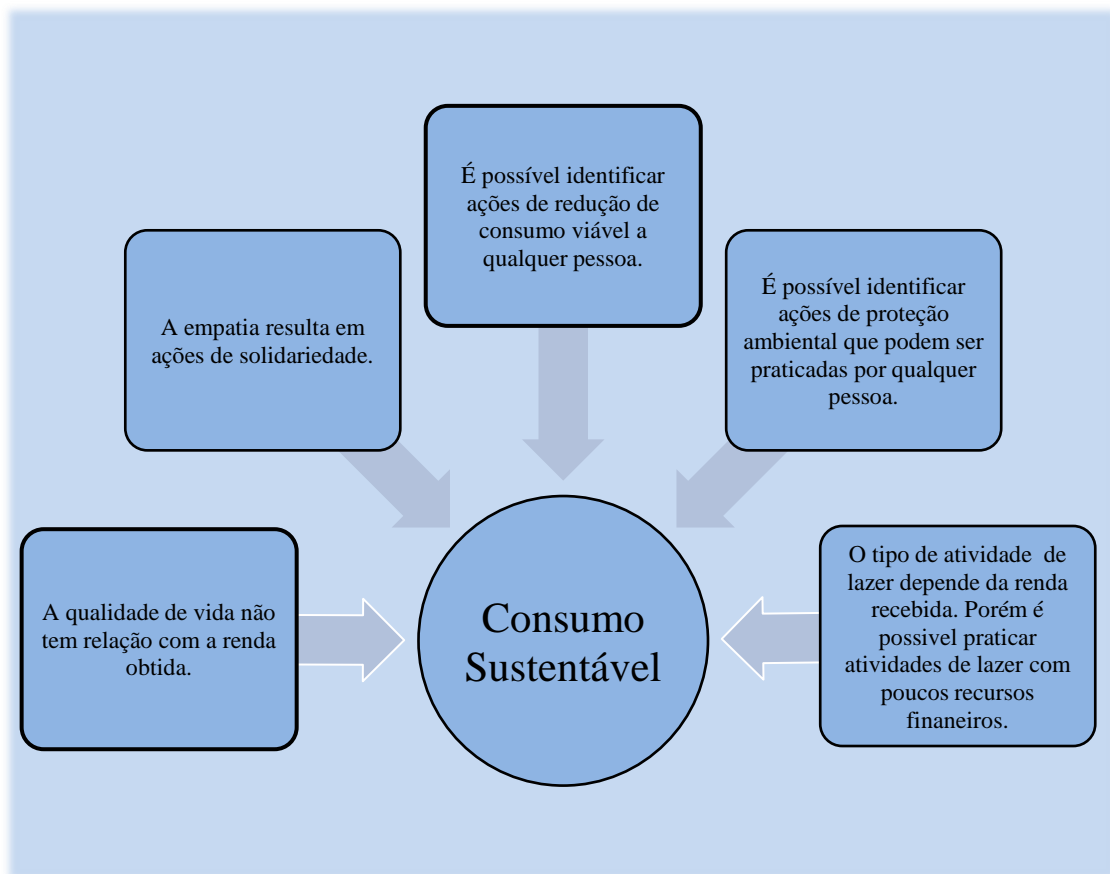
A figura 2 apresenta uma representação em forma de hierarquia das subcategorias e códigos que integram a categoria “Ações de Consumo Sustentável”. Onde se constata que os entrevistados percebem as ações de consumo sustentáveis como algo possível de ser praticado, sabem elencar as ações de proteção ambiental que executam, e são beneficiários e agentes realizadores de ações de solidariedade.

Figura 2 Categoria Ações de Consumo Sustentável e suas subcategorias com respectivos códigos



Também é possível compreender pelo esquema apresentado na figura 2 a dimensão ambiental do comportamento de consumo desses trabalhadores. Esta dimensão traduz o sentimento de consciência, e a preocupação dos entrevistados com a proteção do meio ambiente, e resulta na prática de ações de consumo com a intenção de proteger e cuidar do meio ambiente. O quadro 19 sintetiza as informações reveladas pelos dados codificados que integram as subcategorias da categoria consumo sustentável segundo a percepção dos entrevistados.

**QUADRO 19 INFORMAÇÕES EXTRAÍDAS DOS DADOS DA CATEGORIA AÇÕES DE CONSUMO SUSTENTÁVEL**



É importante assinalar que a análise dos dados codificados que integram a categoria consumo sustentável conduz ao entendimento que o objeto de estudo:

- ✓ percebe que é possível praticar ações de consumo sustentável que reduzam o consumo e protejam o meio ambiente;
- ✓ as ações de solidariedade são pautadas no sentimento de empatia com os seres humanos que enfrentam problemas em satisfazer as suas necessidades de consumo;
- ✓ as atividades de lazer praticadas pelos entrevistados são limitadas a sua condição de baixa renda; e
- ✓ para os entrevistados não existe uma relação direta da renda auferida com o sentimento de vivenciar uma boa qualidade de vida.

Com referência a prática de ações de solidariedade realizadas pelos entrevistados, se detetou que 13 (treze) dos entrevistados foram agentes praticantes. As ações praticadas por esses profissionais foram: cuidados e compras a familiares e vizinhos que não podiam sair da sua residência em função de estarem praticando o isolamento social. Sendo que 02 (dois) desses entrevistados receberam contrapartida financeira para realizarem as ações de solidariedade.

E com relação às ações de solidariedade recebidas identificou-se as seguintes ações: recebimento de cestas básicas, empréstimos financeiros, realização de compras em centros comerciais, recebimento de doação de peças de vestuário, e ajudas para empreender a atividade de trabalhador independente. Constatou-se também que as redes de amizade são fundamentais para essa categoria de trabalhadores, é por meio dessas redes que as iniciativas de solidariedade são concretizadas.

No que tange a percepção dos entrevistados sobre as suas ações de sustentabilidade, importante salientar que essa percepção está relacionada com as ações de proteção ambiental praticadas pelos mesmos no seu cotidiano. E, também com as ações percebidas como possíveis de execução por qualquer pessoa que almeje proteger o meio ambiente.

O quadro 20 identifica as ações de defesa do meio ambiente praticadas pelos entrevistados. E o quadro 21 elenca as ações percebidas pelos entrevistados como possíveis de ser realizadas por qualquer pessoa que deseje proteger o meio ambiente.

**QUADRO 20 AÇÕES DE DEFESA DO MEIO AMBIENTE PRATICADAS**

<b>Ações empreendidas</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Não utiliza produto químico na sua produção agrícola.	01
Aproveitamento do lixo orgânico, reciclagem e aproveitamento de embalagens	02
Utilização de sacolas reutilizáveis	01
Descarte do lixo em lugar apropriado	01
Plantação de árvores	01
Primar pela compra de produtos que causem menos danos ao meio ambiente.	01
Pensa que não pode fazer muitas coisas.	01
Se preocupa, mas não identifica uma ação específica.	15

**QUADRO 21 AÇÕES DE PROTEÇÃO AMBIENTAL PERCEBIDAS COMO POSSÍVEL DE SER PRATICADAS POR QUALQUER PESSOA**

<b>Ação</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Separar o lixo reciclável	03
Cuidar uns dos outros	01
Aproveitar mais os itens adquiridos e cuidar do lixo	01
Utilização de sacola de pano e lixo reciclável	03
Utilizar sacolas reaproveitáveis	01
Plantar árvores	01
Descarte de lixo em local apropriado	04
Não colocar fogo em lixos	01
Fazer caminhadas e utilizar bicicleta para deslocamento em locais próximos	02
Economizar água e energia	03
Buscar consumir produtos orgânicos	01

A percepção dos sujeitos entrevistados sobre as ações de redução de consumo, possíveis de serem praticadas por qualquer pessoa estão evidenciadas no quadro 22. Efetivamente todos os entrevistados percebem ser possível empreender ações que visem a redução do consumo no seu cotidiano

**QUADRO 22 AÇÕES QUE QUALQUER PESSOA PODE EMPREENDER PARA REDUZIR O SEU CONSUMO**

<b>Ações</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Comprar o que realmente precisa	06
Assumir a responsabilidade pelo pagamento das suas contas	01
Preocupação com os outros	01
Fazer pesquisa de preço antes de efetuar as compras	01
Economizar energia	01
Pensar que a compra gera a obrigação de pagamento.	09
Comprar o necessário e desenvolver habilidades de aprender a fazer algo.	01
Pensar o consumo e buscar novas possibilidades de mudança de atitude	04
Reduzir as compras	01
Controlar o gasto	01
Fazer uma economia para tempos difíceis	01

Em efetivo, os entrevistados têm uma percepção sobre as ações de redução de consumo que podem ser realizadas por qualquer pessoa. Essas ações podem levar a:

- ✓ novos hábitos de consumo;
- ✓ um maior nível de responsabilidade com o gerenciamento dos recursos financeiros;
- ✓ aquisição de itens de consumo em função da utilidade do item de consumo;
- ✓ evitar o desperdício; e
- ✓ maximização dos recursos financeiros existentes.

Com relação à qualidade de vida, as informações reveladas pelos dados evidenciam que os trabalhadores investigados se percebem como pessoas que tem uma boa qualidade de vida. Tal evidência tem por base o sentimento de felicidade dos investigados por serem donos do seu próprio negócio, fazerem o que gostam, terem uma família, não se sentirem doentes, e serem os responsáveis por prover o sustento familiar. Percebe-se que os investigados associam a qualidade de vida a ter trabalho, saúde, família e amigos. E salienta-se que apenas um dos entrevistados percebe que a sua qualidade de vida não é boa porque vivencia uma situação de desemprego.

Com referência as atividades de lazer praticadas pelos sujeitos entrevistados, constata-se que 16 (dezasseis) dos entrevistados não desfrutam de dias de férias do exercício da sua atividade. E que as atividades de lazer são praticadas quando o trabalhador não está

exercendo a sua atividade profissional. Também se assinala que 13 (treze) dos entrevistados relataram exercer uma atividade prazerosa, ou seja, estes trabalhadores consideram lazer o exercício da sua atividade profissional.

O quadro 23 apresenta as atividades relatadas pelos entrevistados como atividades de lazer realizadas antes da pandemia Covid-19. Observa-se que a medida protetiva do isolamento social da Covid-19 impôs aos entrevistados a suspensão de prática de atividades de lazer vivenciadas antes da pandemia.

**QUADRO 23 ATIVIDADES DE LAZER ANTES DA PANDEMIA E GOZO DE FÉRIAS**

<b>Atividades</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Já tirou férias	5
Não tiram férias	16
Reuniões com amigos e familiares	3
Festas de aniversário familiares e amigos	1
Pescar	3
Jogar futebol	3
Viagens para encontro de familiares	2
Ficar em casa	1
Sair para dançar	3
Ir à Igreja	3
Sair para festas (bares e shows)	1
Jogos no computador	1
Faz uma atividade profissional prazerosa	13
Jogo de xadrez	1

Constatou-se também que 61,90% dos entrevistados manifestaram um sentimento de satisfação com a atividade profissional que exercem. Tal evidência traz a reflexão sobre o consumo do tempo, ou seja, a forma como cada pessoa desfruta a sua jornada diária. Por essa reflexão constata-se que o tempo em que estes profissionais estão trabalhando é percebido como prazeroso para mais da metade dos entrevistados. Também se constatou uma preocupação por parte de 10 dos 21 entrevistados em ocupar o tempo livre com atividades prazerosas que reduzissem o seu consumo de compras. Sendo assim essas evidências conduzem ao entendimento que o consumo do tempo tem relação direta com o bem-viver. E que quando uma pessoa consome o seu tempo com atividades prazerosas com

a produção de itens de consumo está vivenciando bons momentos, e pode incluso reduzir seu gasto de aquisição.

Em suma, as análises dos dados agrupados na categoria “Ações de Consumo Sustentável” revelam que os entrevistados: praticam e recebem ações de solidariedade; possuem uma percepção sobre as ações de consumo que ajudam a preservar o meio ambiente; percebem ações que pode ser praticada para reduzir o consumo, entendem que tem um bom nível de qualidade de vida, praticam ações de lazer, e buscam vivenciar bons momentos com praticas de ações de lazer.

### **3.3.3 Análise da categoria Decisões de Consumo na Covid-19**

A Categoria “Decisões de consumo na Covid-19” consolida as informações extraídas das entrevistas sobre as ações de consumo empreendidas pelos entrevistados durante o período da pandemia Covid-19. A figura 3 apresenta uma representação hierárquica das subcategoria e códigos que integram essa unidade de análise. Por esta representação é possível constatar que os entrevistados empreenderam ações para mitigar os problemas de consumo enfrentados na Covid-19, e que o maior problema relatado foi a redução de renda desencadeada pela alta de preços.

Com respeito as medidas tomadas pelos entrevistados para solucionar os problemas de consumo, percebe-se que estas são iniciativas que visaram maximizar a escassa renda para o custeio do consumo de subsistência. E estas medidas podem ser compreendidas como ações de gerenciamento que nortearam o ato de consumir dos entrevistados no período da pandemia Covid-19.

Figura 3 Categoria Decisões de Consumo na Covid-19 e as suas respectivas subcategorias



Da análise dos dados codificados sobre os problemas de consumo enfrentados pelos entrevistados no contexto da Covid-19 surgiram as seguintes informações:

- ✓ A alta dos preços de alimentos, suprimentos e remédios no período da pandemia impactou a renda dos entrevistados. E conseqüentemente causou problemas para esses profissionais manterem o nível de consumo anterior a pandemia.
- ✓ Houve uma diminuição do valor pago por alguns serviços e/ou produtos ofertados pelos trabalhadores independentes. Este fato foi motivado pela concorrência e pelo desemprego, o que resultou num maior número de trabalhadores oferecendo os mesmos serviços e conseqüente diminuição do preço dos serviços prestados.
- ✓ A redução de renda oriunda de atividades que tiveram diminuição de valor pago pelo serviço ofertado refletiu sobre a disponibilidade financeira afetando o custeio do consumo mensal familiar.
- ✓ A atenção aos clientes foi realizada com a utilização de redes sociais pela *internet*. Tal fato gerou gastos adicionais de consumo com aquisição de equipamentos de computação e telefonia celular, e reduziu a renda disponível para o custeio do consumo mensal familiar. O mesmo ocorreu com as atividades de estudos de membros familiares que foram realizadas de forma remota.
- ✓ As medidas de isolamento social provocaram a paralisação de algumas atividades, deixando os trabalhadores que não conseguiram outra oportunidade de trabalho sem renda.
- ✓ As oportunidades de trabalho no período da pandemia Covid-19 ficaram restritas a alguns serviços considerados essenciais e requisitados pela comunidade. Os trabalhadores que não possuíam as habilidades profissionais requisitadas durante o período de pandemia sobreviveram com o subsídio social com ajuda solidária.
- ✓ As ajudas solidárias recebidas pelos entrevistados foram em forma de doações de familiares, amigos e organizações sociais.
- ✓ Os entrevistados que estavam desempregados vivenciaram um duro período de falta de oferta de trabalho.
- ✓ Com relação ao consumo de peças de vestuário, os entrevistados priorizaram a compra de peças de vestuário infantil.
- ✓ Alguns entrevistados enfrentaram dificuldades de pagar dívidas existentes e manter o seu consumo. Estas dificuldades são conseqüências da falta de renda causadas pela perda

de postos de trabalho, desemprego e fechamento de empresas próprias no período da pandemia.

- ✓ O sair às ruas para trabalhar, e também para buscar trabalho gerou sentimento de medo e pânico de contrair o vírus *Sars Cov-2* nos entrevistados.
- ✓ As medidas de isolamento social geraram sentimentos de incerteza de continuidade das atividades profissionais para aqueles que exerceram a sua atividade laboral no período da Covid-19, pois a execução das mesmas poderia ser proibida a qualquer momento.
- ✓ Os sentimentos de medo e incerteza de autorização para exercer a atividade profissional, e o pânico de contrair o vírus foram assinalados como a causa de problemas psicológicos, e de consumo adicional com medicação pelos entrevistados.
- ✓ A perda da renda decorrente de desemprego e do fechamento de empresas, resultou na entrega de imóveis locados e na busca de abrigo na casa de parentes.
- ✓ Durante o confinamento social os restaurantes foram fechados por serem considerados serviços não essenciais, e esta medida causou problemas aos trabalhadores que antes da pandemia se alimentavam nesses estabelecimentos.
- ✓ Houve consumos adicionais aos entrevistados com equipamentos de proteção individual no período da pandemia.

Indubitavelmente, o exercício da atividade geradora de renda dos trabalhadores independentes teve a sua rotina modificada durante a pandemia Covid-19, e os problemas de consumo enfrentados pelos entrevistados decorrem da diminuição da renda em função da redução de algumas atividades, inflação dos preços de produtos, aumento da oferta do número de trabalhadores do mercado de trabalho, desemprego, fechamento de empresas e o sentimento de medo e incerteza de contaminação pelo vírus.

Ressalta-se que uma das causas da redução no preço cobrado pelos trabalhadores para a execução da sua atividade foi a concorrência devido ao desemprego. Segundo o entrevistado 15: *“o preço do serviço diminuiu porque tem muita gente querendo trabalhar, e aceita qualquer coisa e qualquer preço. A gente se aventura, e aceita a proposta de trabalho, mas vai trabalhar com muito medo, todo o mundo quer fazer uma pintura, mas não querem pagar o preço justo pelo trabalho”* (Entrevista 15). Inquestionavelmente quando existe uma demanda superior à oferta, os preços dos serviços diminuem. E observa-se que no contexto da pandemia, o desemprego levou as pessoas que tinham alguma habilidade a empreenderem uma atividade independente.

Outro sim, salienta-se que os entrevistados não enfrentaram dificuldades de encontrar algum produto que normalmente consumiam antes do período da pandemia, porém, 05 (cinco) dos entrevistados assinalaram a dificuldade de conseguir emprego. Percebe-se que o desemprego foi um dos grandes problemas causados pela pandemia Covid-19. O quadro 24 apresenta o número de pessoas sem trabalho no Brasil, onde é possível constatar um aumento de 27,28% de pessoas sem trabalho quando se compara o trimestre anterior a pandemia com o primeiro trimestre de 2021.

**QUADRO 24 QUANTIDADE DE PESSOAS SEM EMPREGO NO BRASIL**

<b>Indicador</b>	<b>4ºtrim 2019</b>	<b>1ºtrim 2020</b>	<b>2ºtrim 2020</b>	<b>3ºtrim 2020</b>	<b>4ºtrim 2020</b>	<b>1ºtrim 2021</b>
Força de trabalho desocupada (em mil pessoas)	11.632	12.850	12.791	14.092	13.925	14.805

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pnadct/tabelas>).

Regista-se também que 03 (três) dos entrevistados relataram vantagens obtidas durante o período da pandemia com as novas oportunidades de trabalho que surgiram na Covid-19, foi o caso dos entrevistados que empreendem atividades nos setores de entrega e de fornecimento de alimentos.

Inegavelmente os problemas de consumo provocados pela Covid-19 aos entrevistados exigiram medidas que garantissem o consumo familiar. Percebe-se pelos dados que emergiram das entrevistas, que os investigados tiveram de maximizar a sua renda para empreender as suas ações de consumo. O quadro 25 apresenta as decisões tomadas pelos entrevistados para enfrentar os problemas de consumo vivenciados no período da pandemia.

Constata-se que 06 (seis) entrevistados não consumiram nada de diferente no período da pandemia Covid-19, ou seja, não tiveram alteração nos seus hábitos de consumo. Estes profissionais vivenciaram antes da pandemia uma situação de priorização de consumo alimentar, e essa situação não foi alterada pela Covid-19. Para os demais entrevistados as ações de consumo praticadas causaram alterações no comportamento de consumo.

Sem dúvida, as ações de consumo empreendidas durante a pandemia Covid-19 congregam a soma dos esforços dos entrevistados para mitigar os problemas de consumo

causados pela pandemia, e resultaram em redução e modificação de hábitos de consumo. E neste sentido, assinala-se que a inflação causada pela Covid-19 exigiu dos entrevistados a adoção de medidas de planeamento para orientar as suas ações de consumo.

**QUADRO 25 AÇÕES DE CONSUMO EMPREENDIDAS NO PERÍODO DA PANDEMIA**

<b>Modificações</b>	<b>Número de entrevistados</b>
Manter estoques de mantimentos em casa para não enfrentar alta de preços e falta de oferta de alimentos	01
Deixou de comprar presentes para festas de aniversários e familiares	02
Não comprou peças de vestuário	01
Não frequentou restaurantes, o que representou uma economia de recursos financeiros.	06
Passou a levar marmita para o trabalho	01
Não frequentou mais centros comerciais e com isso deixou de gastar com o que não precisa.	02
Não consumiu nada de diferente na pandemia	06
Comprou presente somente para parentes próximos	01
Não utilizou os serviços de beleza e aprendeu a fazer alguns serviços que utilizava com frequência (aprendeu a pintar as unhas)	01
Não frequentou eventos sociais e shows artísticos	01
Diminuição do consumo de bebidas alcoólicas e carnes para churrascos devido ao confinamento social	01
Deixou de comer carne modificação da dieta alimentar (vegetariano)	01
Substituição da proteína animal em virtude do preço (substituição de carne bovina por frango e porco)	04
Pessoas que consumiram graças a ações de solidariedade	02
Corte de serviços de banda larga de <i>internet</i> para economizar	01

O quadro 26 relaciona os itens de consumo apontados pelos investigados que tiveram uma maior alta de preços durante a pandemia Covid-19. Por este quadro é possível perceber que a alta de preços dos itens de consumo é sentida com maior intensidade para aqueles produtos que fazem parte da cesta de consumo de cada pessoa. Dito de outra forma, o impacto da inflação de um item de consumo é sentido com maior intensidade por aquelas pessoas que consomem o referido produto regularmente. E no quadro 27 estão relacionadas as medidas adotadas pelos entrevistados para combater a inflação e garantir o custeio do consumo familiar durante a pandemia Covid-19.

**QUADRO 26 PRODUTOS COM MAIOR ALTA DE PREÇO NO PERÍODO DA COVID-19**

<b>Produtos</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Alimentos no supermercado	1
Carne de boi	6
Arroz	3
Feijão	2
Legumes	1
Frutas	1
Derivados da carne industrializados	1
Farinha de trigo	1
Ovos de galinha	1
Ração para os bichos	2
Combustível	1

**QUADRO 27 MEDIDAS DE RESPOSTA À ALTA DOS PREÇOS**

<b>Medidas</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Dialogar no entorno social sobre a alta dos preços, e procurar economizar por meio da maximizando da utilização dos itens de consumo.	05
Buscar produção alternativa para reduzir o consumo dos itens que tiveram o seu preço elevado (fazer ao invés de comprar).	04
Procurar por preços mais baixos, e por produtos similares com menores preços e comprar o que precisa (limite necessidade emergente de consumo do produto), maximizar a utilização dos produtos e evitar o desperdício.	09
Redução do consumo de carne bovina, e substituição por carnes mais baratas (frango e porco)	15
Mudar de hábito de consumo alimentar (tornou-se vegetariano)	01
Elaboração de lista de compras como forma de evitar as compras desnecessárias.	02
Comprar em função da necessidade e de um menor preço.	03
Comprar peças de vestuário em lojas de segunda mão (bréchos)	03

Em sínteses, as medidas de proteção a alta de preços são percebidas como necessárias pelos entrevistados para garantir o consumo de subsistência, e também podem ser entendidas como uma forma de gerenciamento das ações de consumo, porque exigem o planejamento e antecedem a ação de aquisição. Essas medidas favorecem as decisões de consumo em função da real necessidade e utilidade dos itens a serem adquiridos, e resultam em redução e modificação de consumo.

### **3.3.4 Análise da categoria Modificações de Consumo na Covid-19**

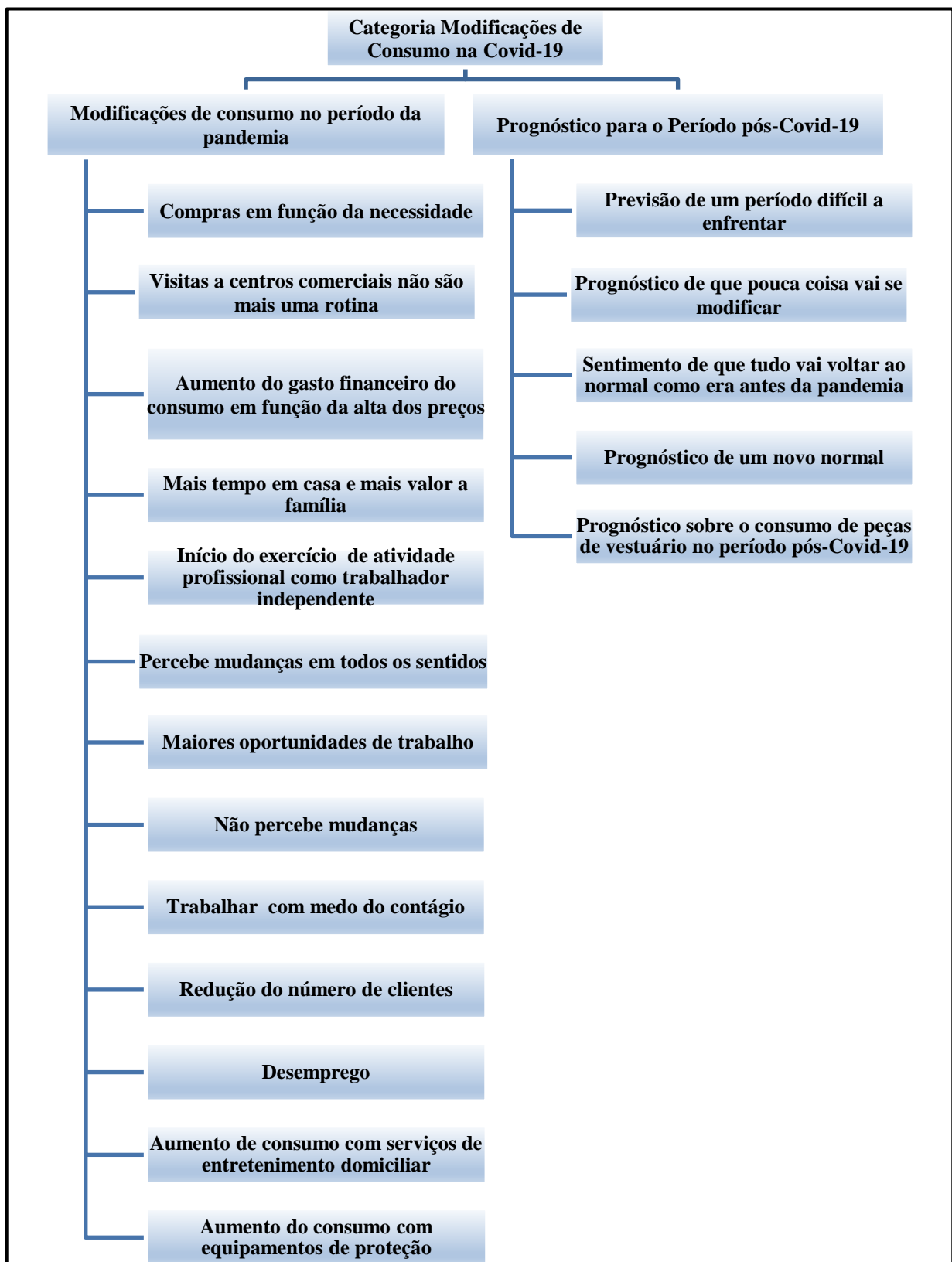
É fato que o ano de 2020 surpreendeu o mundo com uma pandemia, e que nada e ninguém estava preparado para enfrentar todos os impactos desse evento danoso que deixou lastros de morte e sofrimento a muitas famílias. Evidências extraídas dos dados coletados nas entrevistas realizadas, corroboram para o entendimento que as modificações de consumo são consequências de um longo período de aprendizado pelos sujeitos investigados das respostas aos problemas causados pela pandemia.

A figura 4 apresenta uma representação hierárquica das duas subcategoria e códigos que integram esta unidade de análise. Por meio da qual se compreende que o ponto de vista dos entrevistados sobre o futuro resulta da vivência de um período difícil que exigiu respostas aos reflexos da pandemia, e consolidou modificações de comportamento de consumo.

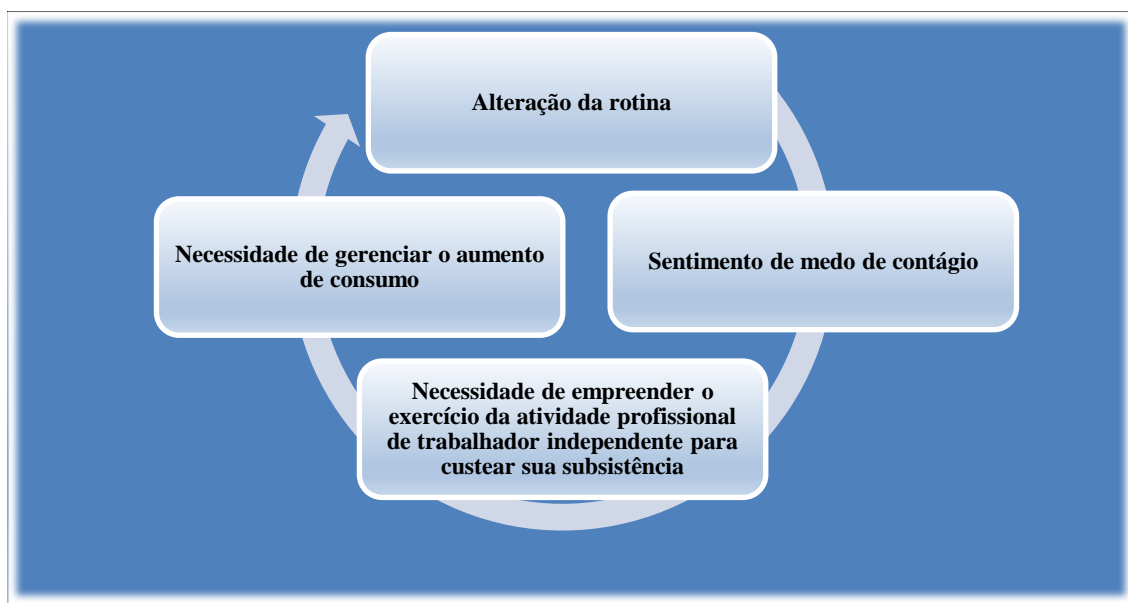
Pela análise dos dados que emergiram das entrevistas realizadas os motivos que desencadearam as alterações de consumo no contexto da pandemia Covid-19 dos entrevistados decorrem dos problemas associados ao consumo enfrentados por cada entrevistada. O quadro 28 apresenta os motivos das mudanças de comportamento de consumo nos entrevistados.

Inquestionavelmente a alteração da rotina provocada pelo isolamento social da Covid-19 restringiram o funcionamento de atividades não consideradas essenciais, e fizeram com que as pessoas permanecessem nas suas residências. Essa medida protetiva gerou novos consumos (entretenimento domiciliares, e gastos com EPI), e coibiu saídas à centros comerciais, passeios e encontros domiciliares.

Figura 4 Categoria Modificações de Consumo na Covid-19, suas subcategorias e respetivos códigos



**Quadro 28** Motivos que desencadearam mudanças no comportamento de consumo



Por certo, a crise econômica provocada pela pandemia Covid-19 foi consequência do fechamento de postos de trabalho; da alta dos preços, e da redução de renda. Como também é certo que no cenário da pandemia as pessoas desempregadas que necessitavam custear o seu consumo, e que possuíam uma habilidade demanda pelo mercado foram levadas a empreenderem uma atividade profissional independente. E tal fato, aumentou a concorrência dos profissionais que ofereciam serviços similares. Sendo assim, os reflexos da pandemia modificaram o poder aquisitivo da renda auferida com a atividade desenvolvida, e consequentemente houve necessidade de aprender a gerenciar o consumo para assegurar a subsistência.

Pelo exposto constata-se que as modificações de consumo elencadas pelos entrevistados resultam do ato de “pensar a ação de consumo”. Este pensamento gera uma reflexão sobre a utilidade dos itens de consumo e maximização da renda, com prioridade do custeio da subsistência familiar e manutenção da atividade profissional exercida.

De fato, as modificações de comportamento podem representar novos hábitos incorporados a forma de agir de uma pessoa. Dessa forma modificações de comportamento de consumo podem representar mudanças na forma de agir, ou seja, agregar novas formas de ações de consumo ao comportamento de uma pessoa.

As modificações no comportamento de consumo, percebidas pelos entrevistados no período da pandemia Covid-19 estão apresentadas no quadro 29. Pelo qual é possível constatar que diversas ações de consumo foram modificadas durante o período da pandemia Covid-19. E que estas modificações ocorreram devido à alteração da rotina laboral e social imposta pelas medidas de isolamento social, e também pelos problemas económicos originados da crise sistémica provocada pela Covid-19. No entanto, é imperativo destacar que apenas uma pessoa dos 21 (vinte e um) entrevistados não percebeu nenhuma mudança do seu comportamento de consumo no contexto da pandemia.

**Quadro 29 Modificações de consumo no período da pandemia Covid-19**

<b>Modificações de consumo</b>	<b>Quantidade de entrevistados</b>
Não foi mais a festas de aniversário e deixou de comprar presentes para aniversariantes	1
Não comprou roupas	2
Comprou apenas o que precisava	1
Não frequentou mais centros comerciais	2
Convive com medo de gastar e não ter como pagar	1
Deixou de frequentar bares e restaurantes	3
Passou a fazer refeições em casa	1
Aumentou o núcleo familiar e com isso aumentou os gastos de consumo.	1
Maior gasto devido ao aumento dos preços	1
Passou a dar mais valor para a vida e para a família	3
Fechamento de negócio próprio	2
Começou a trabalhar de forma independente	3
Trabalha mais	3
Fica mais tempo em casa	3
Não viajou	1
Mudou tudo menos a fé	1
Acredita que nada mudou	1
Ficou mais triste e com medo de morrer	2
Desemprego (perda de renda)	2
Necessidade de trabalhar com luvas e mascaras	1
Perda de renda em função da diminuição de clientes	1
Assinatura de aplicativos de séries e filmes	2
Gastos com protocolo de proteção (mascaras, luvas e álcool gel)	1

O prognóstico para o período pós-Covid-19 revela o ponto de vista dos entrevistados sobre o contexto futuro a pandemia, ou seja, traduz a expectativa sobre “como será” viver com as sequelas deixadas pela calamidade mundial da Covid-19. Neste estudo buscou-se captar o prognóstico dos entrevistados sobre o consumo para o período pós-pandemia.

Com certeza, o prognóstico para o futuro pós-pandemia traduz uma expectativa individual porque agrega sentimentos e vivências pessoais. O quadro 30 relata o ponto de vista dos entrevistados para o tempo pós-pandemia. Onde se percebe que 52,38% dos entrevistados preveem que tudo voltara ao normal, e que o prognóstico para o período pós-Covid-19 é de vivenciar um período de problemas sociais e económicos.

**Quadro 30 Prognóstico para o período pós-pandemia Covid-19**

<b>Prognóstico</b>	<b>Quantidades de entrevistados</b>
Poucas mudanças	01
Aumento do desemprego	05
Aumento da violência	04
Aumento dos preços	01
Tudo vai voltar ao normal	11
Compras realizadas de forma exagerada	01
Desejo de mudanças sem especificar em que sentido	01
Um período difícil de adaptação as perdas	02
Um novo normal com o aprendizado do período da pandemia, pessoas melhores e consumo em função da utilidade do bem.	03

Visando compreender a estimativa futura dos entrevistados para o consumo de itens não considerados prioritários, buscou-se analisar o prognóstico desses profissionais para o consumo de peça de vestuários. O quadro 32 apresenta essa estimativa.

**Quadro 31 prognostico sobre o consumo de peças de vestuário no período pôs pandemia**

<b>Prognóstico</b>	<b>Quantidade de entrevistado</b>
Compras realizadas em função da necessidade e disponibilidade financeira	01
Deseja que tenha havido um aprendizado sobre a quantidade necessária de peças de vestuário para viver	01
Maximização de uso dos itens de vestuário	01
As compras serão realizadas em função da existência de recursos financeiros	01
Decisão pessoal (quem tiver dinheiro e quiser vai comprar)	02

Considerando o prognóstico dos entrevistados como um ponto de vista para o período pós pandêmicos, entende-se que fica evidente que houve um legado de aprendizagem pelos que vivenciaram os impactos danosos causados pela pandemia. E que este legado agrega

informações sobre as ações de tomada de decisões sobre o consumo que envolvem a reflexão sobre os itens a serem consumidos.

### **3.3.5 Propriedades, Relações e Interações das Categorias de Análise**

Com efeito, a codificação axial realizada englobou a análise dos dados brutos revelados pela codificação aberta, exigiu uma reanálise dos dados extraídos, e resultou no estabelecimento das relações das categorias com o fenômeno investigado. Dito de outra forma, por meio da codificação axial os dados obtidos com a codificação aberta foram reanalisados com o fim específico de identificar o relacionamento do comportamento das categorias identificadas.

Nos quadros 32 e 33 estão identificadas as relações e interações de cada uma das quatro categorias de análise com o fenômeno investigado. Neste sentido importa salientar que o fenômeno em estudo foi analisado em três dimensões, porque dessa forma foi possível a formulação de indicadores que permitiram a extração de informações essenciais à compreensão das ações e reações de consumo empreendidas pelos entrevistados no contexto da pandemia Covid-19. Estas dimensões são: financeira, ambiental e consumo na Covid-19.

Em sínteses a codificação axial realizada culminou com o delineamento do relacionamento das categorias com o fenômeno investigado. Na sequência da análise, a codificação seletiva estabeleceu a categoria principal e o seu relacionamento com as demais categorias para explicar o fenômeno em estudo.

Quadro 32 Propriedade, Dimensões e Indicadores das categorias que surgiram da análise dos dados da Codificação Axial

Categoria	Propriedade	Dimensões	Indicadores
<b>AQUISIÇÃO DE ITENS DE CONSUMO</b>	<p>Regista os dados sobre ações de aquisição de itens de consumo.</p> <p>Foi constituída para identificar os aspetos financeiros que norteiam as ações de consumo. E também para captar as seguintes informações relacionados as ações de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ itens que compõem a cesta de consumo;</li> <li>✓ fator limitante do consumo;</li> <li>✓ itens de consumo em falta, e</li> <li>✓ ações que norteiam as aquisições dos itens de consumo.</li> </ul>	<p><b>Financeira:</b> Apresenta dados sobre a origem e aplicação dos recursos financeiros gerenciados pelos entrevistados para o custeio das ações de aquisição de itens de consumo.</p>	<p><i>Origem dos Recursos financeiros do custeio de consumo = Renda da atividade profissional exercida + Recebimento de subsídios de programas sociais + Ajudas solidárias.</i></p> <p><i>Disponibilidade Financeira= (Renda da atividade profissional exercida + Recebimento de subsídios de programas sociais + Ajudas solidárias) – pagamento de dívidas – formação de poupança</i></p> <p><i>Fator Limitante das ações de consumo = Disponibilidade financeira.</i></p> <p><i>Itens de consumo adquiridos = Alimentos + Serviços + Gastos com moradia + Consumo agregado da atividade profissional + Gastos com vestuário + Gastos com saúde + Gastos com entretenimento e lazer.</i></p>
		<p><b>Ambiental:</b> Relata a forma de pensar o ato de adquirir itens de consumo adotada pelos entrevistados.</p>	<p><i>Aquisição de itens de consumo = Aquisição de itens utilizados + Aquisição de itens não utilizados</i></p> <p><i>Crítérios que orientam as decisões de aquisição de itens de consumo= necessidade do item</i></p> <p><i>Aquisição de itens de consumo não utilizados= desperdício de recurso financeiro.</i></p>
		<p><b>Consumo na Covid-19:</b> Retrata os itens de consumo adquiridos</p>	<p><i>Consumo na pandemia Covid-19= Aquisição de itens de consumo alimentar + Aquisição de itens de consumo para manutenção da atividade profissional + Aquisição de peças de vestuário + Aquisição de serviços de entretenimento e lazer + Aquisição de consumo com a saúde + Aquisição de consumo com educação</i></p> <p><i>Aumento de Consumo na Covid-19 = Consumo na pandemia Covid-19 – consumo antes da pandemia Covid-19</i></p>

(continua pág. 63)

(continuação pág. 62)

Categoria	Propriedade	Dimensões	Indicadores
<b>AÇÕES DE CONSUMO SUSTENTÁVEL</b>	Identifica práticas e recebimento de ações de consumo de solidariedade, relata a percepção dos entrevistados sobre o seu nível de qualidade de vida, relaciona as atividades de lazer praticadas, e identifica as ações de consumo praticadas visando a proteção do meio ambiente.	<p><b>Financeira:</b> Relata os benefícios financeiros obtidos com o recebimento de ações de solidariedade, e traduz o custo do consumo das atividades de lazer.</p>	<p><i>Necessidade de ajuda para custeio do consumo alimentar = Falta de disponibilidade financeira para custear o consumo familiar alimentar</i></p> <p><i>Práticas de solidariedade recebidas = oferecimento de ajuda aos que enfrentam necessidade de ajuda para custeio do consumo.</i></p> <p><i>Práticas de solidariedade ofertadas = empréstimos financeiros; realização de compras; ajudas de cuidados; doação de alimentos; doação de peças de vestuário e brinquedos.</i></p> <p><i>Benefício financeiro com prática de ações de solidariedade = Ganho financeiro recebido com a ação de solidariedade</i></p> <p><i>Custo do consumo de atividades de lazer= Valor financeiro gasto com o consumo de entretenimento e atividades de lazer</i></p>
		<p><b>Ambiental:</b> Aborda o consumo proveniente de ações de solidariedade de ajuda recebidas e ofertadas. E também retrata as ações praticadas no tempo livre, a percepção sobre o nível de qualidade de vida vivenciadas pelos entrevistados, e identifica as ações de consumo praticadas que primam pela proteção ambiental.</p>	<p><i>Ações de solidariedade recebidas= garantia de subsistência imediata dos beneficiários das ações.</i></p> <p><i>Benefício sociais recebidos pelos praticantes de ações de solidariedade = Sensação de bem-estar</i></p> <p><i>Percepção do Nível de qualidade de vida = Nível de consciência sobre a qualidade de vida pessoal.</i></p> <p><i>Atividades de lazer = férias; visitas a amigos e familiares; festas sociais; passeios ao ar livre; participação em eventos religiosos; jogos de entretenimento</i></p> <p><i>Ações de consumo praticadas visando a preservação do meio ambiente = utilização de sacolas retornáveis, reciclar o lixo, utilização de embalagem, utilização de produtos sem agrotóxico, depositar o lixo em lugares apropriados.</i></p> <p><i>Ações de consumo que primam pela redução do consumo= utilização de critérios de real necessidade para a aquisição do item de consumo.</i></p>
		<p><b>Consumo na Covid-19:</b> Apresenta informações sobre as ações de consumo viabilizadas por solidariedade.</p>	<p><i>Ações de solidariedade = iniciativas de doações de alimentos e vestuário + empréstimos entre amigos + ajudas de cuidados</i></p>

(continua pág. 64)

(continuação pág. 63)

Categoria	Propriedade	Dimensões	Indicadores
<b>DECISÕES DE CONSUMO NA COVID-19</b>	Apresenta as informações sobre os problemas de consumo vivenciados na pandemia Covid-19, e a resposta dos entrevistados a esses problemas	<b>Financeira:</b> Retrata os problemas financeiros enfrentados pelos entrevistados para executar as suas ações de consumo no contexto da Covid-19.	<p><i>Aumento de preço dos itens de consumo= Redução do volume de aquisição de itens de consumo.</i></p> <p><i>Redução de renda= Diminuição da disponibilidade financeira para aquisição de itens de consumo; necessidade de ajuda para o custeio do consumo alimentar.</i></p> <p><i>Redução da disponibilidade financeira = Falta de disponibilidade financeira para custear o consumo familiar alimentar + Falta de disponibilidade financeira para custear o consumo de moradia + Falta de disponibilidade financeira para adquirir itens de consumo essenciais ao exercício da atividade profissional + Falta de disponibilidade financeira para adquirir itens de consumo considerados em falta nas residências e na atividade profissional exercida.</i></p>
		<b>Ambiental:</b> Relata os impactos sociais do consumo vivenciados na pandemia Covid-19.	<p><i>Problemas sociais = falta de emprego + aumento de consumo com itens não consumidos antes da pandemia + problemas de saúde associados ao medo de trabalhar e contrair o vírus Sars Cov-2 + necessidade de receber ajuda para subsidiar o consumo alimentar</i></p> <p><i>Benefícios sociais= Redução de consumo de itens antes da pandemia adquiridos.</i></p>
		<b>Consumo na Covid-19:</b> Apresenta a capacidade de resposta dos entrevistados aos problemas de consumo no contexto da Covid-19.	<p><i>Capacidade de resposta = compras em função da utilidade e necessidade + substituição de alimentos por produtos e marcas de menores preços + modificação de dieta alimentar + redução de consumo de ações não consideradas essenciais + recebimento de ajudas.</i></p>

(continua pág. 65)

(continuação pág. 64)

Categoria	Propriedade	Dimensões	Indicadores
<b>MODIFICAÇÕES DE CONSUMO NA COVID-19</b>	Sintetiza os dados sobre as modificações de comportamento de consumo no contexto da Covid-19, e apresenta a percepção dos entrevistados sobre consumo no futuro pós-pandemia.	<b>Financeira:</b> Elenca os aspetos financeiros decorrentes das modificações de comportamento de consumo no contexto da Covid-19	<i>Modificações de comportamento de consumo = diminuição de itens de consumo adquiridos antes da pandemia Covid-19 + aumento de itens de consumo + compra em função da utilidade</i>
		<b>Ambiental:</b> Apresenta modificações de consumo que impactaram o meio ambiente.	<i>Modificações de comportamento de consumo = diminuição de itens de consumo adquiridos antes da pandemia + aumento de itens de consumo de itens considerados necessários durante a Covid-19 + aproveitamento do tempo com a família + desenvolvimento de habilidades</i>
		<b>Consumo na Covid-19:</b> Relata as ações que desencadearam modificações de comportamento de consumo e o prognóstico para o período pós-pandemia.	<i>Necessidade de gerenciar a parca renda para o custeio do consumo de subsistência e da atividade exercida = aquisição de itens de consumo em função da disponibilidade financeira e da real necessidade do bem + pesquisa por preços + substituição de itens de consumo por produtos similares e com preços menores.</i>  <i>Ponto de vista para o futuro pós-pandemia = Percepções sobre como será o futuro em termos de consumo.</i>

**Quadro 33 Relacionamento das categorias com o Comportamento de Consumo (fenômeno investigado)**

<b>Condições (situações que refletem a estrutura do fenômeno investigado)</b>				
<b>Categoria</b>	<b>Porquê?</b>	<b>Onde?</b>	<b>Como?</b>	<b>Quando?</b>
Aquisição de Itens de Consumo	<p>O consumo de itens comercializados só é possível mediante a sua aquisição e desembolso financeiro, exceto quanto esses itens são recebidos em forma de doação.</p> <p>Observa-se que uma pessoa pode adquirir para outras pessoas consumirem, ou seja, nem todos os que consomem adquirem itens de consumo, esse é o caso das crianças e pessoas incapazes.</p>	<p>Nos lugares que comercializam os itens de consumo.</p> <p>Por doação efetivada por ações de solidariedade.</p> <p>Podendo ser adquirido de forma presencial ou virtual.</p>	<p>Por meio da contraprestação financeira, ou seja, pelo pagamento do preço cobrado pela venda do item de consumo.</p> <p>Pelo recebimento dos bens ofertados por ações de solidariedade.</p>	<p>Necessário, desejado, e existir disponibilidade financeira para efetuar a aquisição do item de consumo. Ou quando houver ação solidária de doação de itens de consumo.</p>
Ações de Consumo Sustentável	<p>Por sentimento de responsabilidade com o meio ambiente, e empatia com as outras pessoas.</p>	<p>Ações de cuidados com o meio ambiente são praticadas na rotina diária das pessoas.</p> <p>Ações de solidariedade podem ser praticadas no local de residência, na comunidade local e onde o autor da ação desejar que chegue a sua solidariedade.</p>	<p>Por meio de ações de consumo que primem pela proteção ambiental. Entre essas ações estão: consumo em função da necessidade, cuidados com o descarte de lixo, e evitar o desperdício.</p> <p>Por meio de iniciativas de ajudas solidárias que objetivam amenizar os problemas vivenciados pelos beneficiários das ações solidárias.</p>	<p>As ações de proteção ao meio ambiente são realizadas diariamente.</p> <p>As ações de solidariedade são realizadas sempre que o doador se sentir a vontade de praticar a iniciativa. E para os beneficiários da ação solidária, as ações serão recebidas quando existir a oferta e o aceite do produto da ação solidária.</p>
Decisões de consumo na Covid-19.	<p>Para maximizar a renda e assegurar a sobrevivência, e para garantir a satisfação das necessidades individuais e familiares.</p>	<p>Em todas as fases do processo de consumo. Estas fases são: aquisição, utilização e descarte.</p>	<p>Por meio de critérios previamente determinados que oriente as decisões de consumo.</p>	<p>Em todos os momentos que existir a necessidade de decidir sobre aquisição, utilização e descarte de itens de consumo.</p>
Modificações de Consumo na Covid-19	<p>Para enfrentar os problemas associados ao consumo.</p>	<p>Na composição dos itens de consumo, na forma de adquirir e utilizar os itens de consumo.</p>	<p>Procura por preços mais baixo, substituição por produtos similares, desenvolvimento de habilidades, redução de itens de consumo antes consumidos, aumento de consumo de itens não consumidos anteriormente. Redução do consumo de carne bovina.</p>	<p>Quando a renda é afetada, estabelecimentos comerciais não funcionam, existir a necessidade de manter o isolamento social, e houver medo de contágio de um vírus que pode provocar a morte.</p>

(continua pág. 67)

(continuação pág. 66)

<b>Ação/interação (Rotina dos participantes, as suas respostas estratégias aos problemas) e as suas consequências.</b>			
<b>Categoria</b>	<b>Por quem?</b>	<b>Como?</b>	<b>Consequências (o que ocorre devido às interações?)</b>
Aquisição de Itens de Consumo	Pela pessoa que dispõem da responsabilidade de adquirir os itens de consumo.	Mediante a existência de disponibilidade financeira, ou contratação de uma dívida para pagamento a longo prazo. Também são adquiridas mediante doações de ações solidárias.	Priorização de consumo alimentar para garantir a subsistência, eliminação do consumo com festas e encontros de amigos e familiares, redução do consumo com vestuário com prioridade para roupas de crianças e compras em lojas de segunda mão.
Ações de Consumo Sustentável	Pelas pessoas que percebem que podem fazer algo para a proteção ambiental, e para amenizar o sofrimento alheio.	Por meio de reflexões sobre os efeitos das ações de consumo, e empreendendo as ações de sustentabilidade.	Sensação de bem-estar com a prática de ações de consumo responsável.  As iniciativas de solidariedade foram fundamentais para garantir a sobrevivência das pessoas que enfrentavam o problema da fome.
Decisões de consumo na Covid-19.	Por todos os que são responsáveis por decidir sobre o processo de consumo.	Baseadas em critérios que objetivaram a maximização da renda.	Priorização de consumo de itens alimentares e de consumo dos itens essenciais ao exercício da atividade profissional, busca por preços mais baixo e substituição por itens de consumo similares.
Modificações de Consumo na Covid-19	Por todos que vivenciaram a Covid-19	Eliminação de consumo com aquisição de alguns itens antes da Covid-19 consumidos, e aquisição de novos itens de consumo antes da pandemia não adquiridos.	Corte de aquisição de itens de consumo de peças de vestuário, exceto para crianças. A permanência nos locais de residência no isolamento social da Covid-19, inviabilizou reuniões de amigos e familiares, e também saídas a centros comerciais e eventos sociais. Como consequência não houve consumo de itens com esses eventos, e também as compras originadas de passeio em centros comerciais não foram realizadas. A alteração de rotina em virtude da pandemia exigiu o consumo de EPI, aumentou gastos com entretenimento digital, e equipamentos de informática, e propiciou o desenvolvimento de novas habilidades.

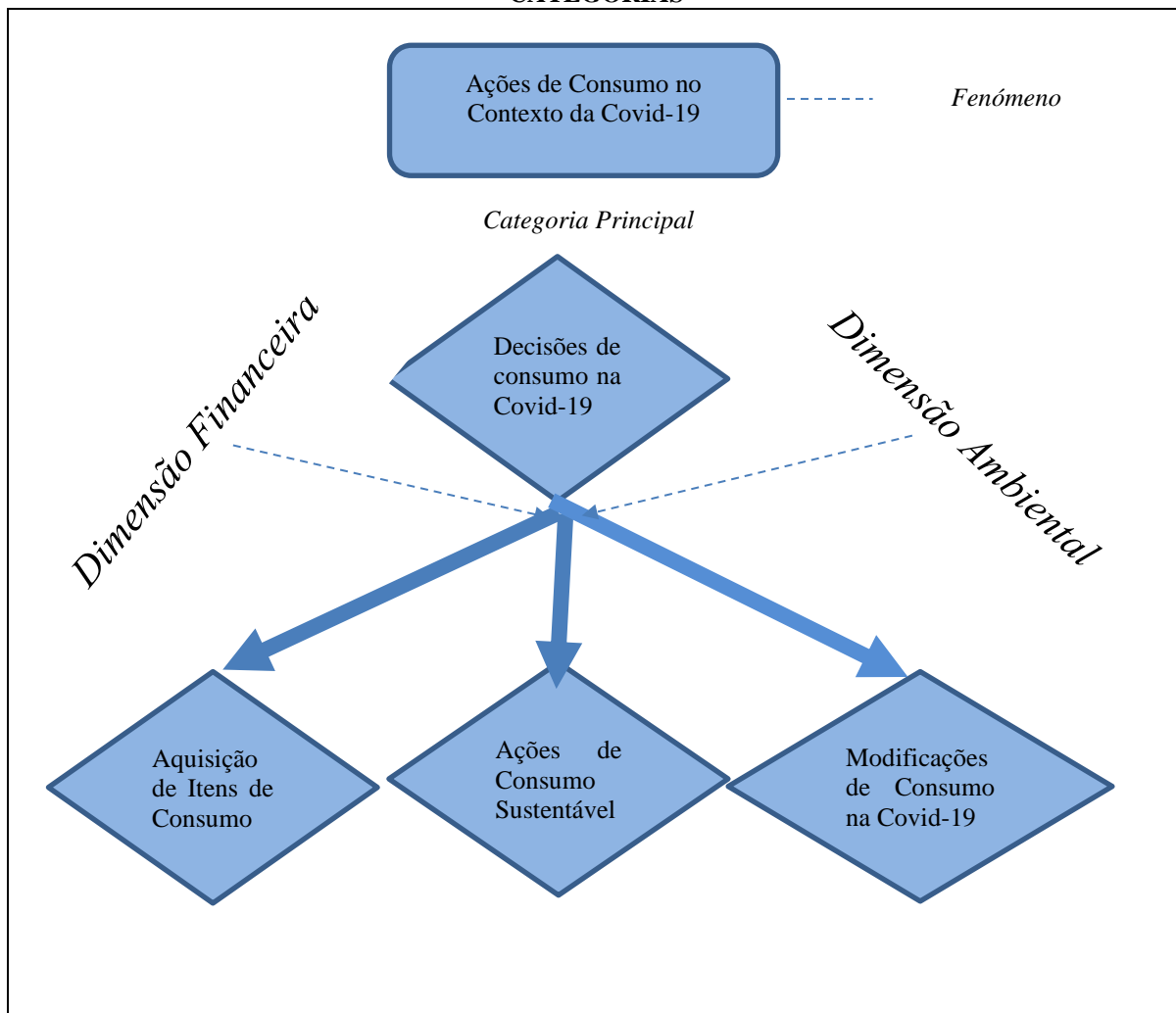
### 3.4 Codificação Seletiva

A codificação seletiva traduziu o resultado da análise dos dados obtidos ao longo da investigação realizada e culminou com a apresentação do conceito teórico de explicação do fenómeno investigado. Para tanto, a análise realizada nesta codificação teve por finalidade o refinamento dos dados para a perfeita compreensão do fenómeno estudado. Neste ponto, foi estabelecida a categoria principal após reanálise das informações agrupadas nas categorias e subcategorias da codificação axial. Na figura 5 é possível compreender o relacionamento das categorias após esta análise.

Por consequente a codificação seletiva realizada neste estudo analisou todas as categorias para chegar ao modelo paradigmático definido por Strauss e Coribin (1990). Esse modelo envolve os seguintes elementos: as condições causais, fenómeno, contexto, condições intervenientes, estratégia de ação/interação e consequência. Exceto o contexto, os demais elementos estão representados por uma categoria, e o elemento fenómeno contempla a categoria principal do estudo. O quadro 34 apresenta o modelo pragmático que emergiu deste estudo.

Por meio da construção do modelo paradigmático foi possível a compreensão da inter-relação das informações que emergiram de cada uma das 04 (quatro) unidades de análise. Onde as decisões de consumo na Covid-19 (categoria principal) estão relacionadas diretamente com: a ocorrência das ações de consumo (categoria-Aquisição de Itens de Consumo), as práticas de consumo (categoria-Modificações de Consumo na Covid-19) e a percepção dos investigados sobre a sua vivência como agente consumidor comprometido em proteger o meio ambiente (categoria-Ações de Consumo Sustentável).

**FIGURA 5 RELACIONAMENTO DA CATEGORIA PRINCIPAL COM AS DEMAIS CATEGORIAS**



Em suma, mediante os dados analisados foi possível responder à pergunta inicial dessa investigação, bem como apresentar uma teoria explicativa sobre o fenômeno estudado. A resposta à pergunta inicial de partida é: as ações de consumo praticadas pelos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande no contexto da Covid-19 são ações de consumo que objetivaram o custeio da subsistência familiar e a manutenção da atividade profissional exercida pelo trabalhador. E neste contexto os subsídios governamentais e as ações de solidariedade recebidas foram fundamentais para assegurar o consumo de sobrevivência dessas pessoas.

A teoria explicativa do fenômeno investigado está apresentada no quadro 35. Importante assinalar que esta teoria explica o comportamento de consumo do objeto de estudo no contexto da Covid-19. E que em um momento de incerteza com um consumo não

satisfeito em sua plenitude, essas pessoas se percebem com um bom nível de qualidade de vida em sua totalidade. Tal percepção conduz a reflexão sobre a desconexão entre o consumo e a sensação de bem-viver. Tema que pretende-se estudar em um estudo futuro.

**Quadro 34 Aplicação do Modelo paradigmático de Strauss e Corbin à investigação realizada**

<b>Elementos</b>	<b>Significado do Elemento</b>	<b>Categorias</b>	<b>Justificativa da classificação adotada para a categoria</b>
Condições Causais	Traduz as condições que levam à ocorrência do fenômeno.	Decisões de consumo Covid-19.	Nesta unidade de análise estão elencados os problemas vivenciados e a capacidade de resposta apresentada pelos entrevistados para manter o seu consumo. Categoria que demonstra os problemas de consumo vivenciados e as decisões tomadas para mitigar os danos suportados.
Fenômeno Investigado (comportamento de consumo)	Representa o eixo central para onde as ações/interações são direcionadas. Traduz a explicação do acontecimento investigado.	Decisões de consumo Covid-19.	Categoria Principal porque congrega todas as ações de consumo praticadas pelos sujeitos investigados, bem como agrupa os critérios que orientam a execução dessas ações.
Contexto (Pandemia Covid-19)	Especifica a condição causal.		
Condições Intervenientes	Retrata as condições estruturais que se apoiam as estratégias e que pertencem ao fenômeno. Estas condições são responsáveis por alterar o impacto das condições causais no fenômeno e podem facilitar, dificultar ou restringir as estratégias de ação/interação.	Aquisição de Itens de Consumo	A aquisição de itens de consumo é a condição determinante para que o consumo seja efetivado. Essa unidade de análise traduz as informações sobre as razões da realização das ações de consumo.
Estratégia de Ação/Interação	Relata como os entrevistados responderam às questões causais.	Modificações de Consumo na Covid-19	Categoria que traduz a resposta dos entrevistados aos problemas de consumo vivenciados no contexto da Covid-19.
Consequência	Apresenta as expectativas da ação/interação em relação ao fenômeno estudado.	Ações de Consumo Sustentável	Essa unidade de análise retrata a percepção dos investigados sobre: nível de qualidade de vida vivenciado, atividades de lazer e prática de ações de consumo que visem a proteção do meio ambiente. E elenca a reflexão sobre o consumo no pós-Covid-19.

Fonte: Adaptação do modelo paradigmático definido por Strauss e Corbin (1990)

### Quadro 35 Teoria Explicativa sobre o Fenômeno Ações de Consumo no Contexto da Covid-19

As informações que emergiram desse estudo sustentam a opinião que o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade do Rio Grande-RS possui dimensão financeira e ambiental.

Com ênfase na dimensão financeira do comportamento de consumo dos investigados, constatou-se que a renda obtida com a atividade profissional exercida por esses trabalhadores é absorvida integralmente pelo custeio do consumo familiar e dos gastos necessários a manutenção da atividade profissional exercida. Onde as decisões de aquisição de itens de consumo desses trabalhadores são orientadas por critérios de racionalidade que visam garantir o consumo com a maximização da escassa renda. Para essas pessoas, as ações de aquisição de itens de consumo são limitadas à existência de numerários financeiros e definidas em função da real necessidade e do menor preço. Dessarte, o comportamento de consumo dos investigados tem por prioridade garantir a subsistência de todos os integrantes do grupo familiar, e integra itens de consumo de alimentação, moradia e de execução da atividade profissional independente.

De fato, os trabalhadores independentes sustentam o seu consumo com a remuneração recebida com o exercício de sua atividade profissional e na pandemia Covid-19 enfrentaram problemas que impactaram o seu consumo. Esses problemas foram consequências dos seguintes efeitos provocados pela pandemia: modificação de rotina, redução de renda e alta de preço de itens de consumo. E para mitigar os problemas de consumo vivenciados na Covid-19, esses profissionais adotaram medidas que modificaram o seu comportamento de consumo. As medidas adotadas foram: não frequentar encontros festivos; substituição de itens de consumo alimentar por itens de menor preço; redução do consumo de carne bovina; redução do consumo com serviços de cuidados estéticos e vestuário; aumento do consumo com equipamentos de produção individual, entretenimento *online* e equipamentos de informática; e desenvolvimento de habilidades para produção de itens de consumo antes adquiridos.

Também no contexto da pandemia Covid-19, os sujeitos investigados receberam subsídio governamental temporário e foram beneficiários e promotores de ações de solidariedade. As ações recebidas foram em forma de doação de alimentos, cuidados e garantia de moradia, e as ações ofertadas foram ajudas de cuidados e realização de compras para pessoas que vivenciavam o isolamento social. Assim, o consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da Covid-19 foi custeado com recursos oriundos da atividade profissional exercida, subsídio governamental e ajudas solidárias. E integrou ações de consumo de aquisição que suportaram a subsistência dos integrantes do grupo familiar. Pelo que se constata que a renda auferida com a atividade profissional desses trabalhadores, nesse contexto, não foi suficiente para assegurar a sobrevivência dessas pessoas, que necessitaram das ajudas recebidas em forma de subsídio governamental e de ações de solidariedade para custear suas ações de consumo. Logo, esses trabalhadores vivenciam uma frágil situação de dependência de ajuda financeira para manter o seu consumo.

No que tange a origem da renda recebida pelo exercício da atividade profissional desses trabalhadores, é importante salientar, que é a comunidade que utiliza os serviços ofertados por esses profissionais e quem garante que essas pessoas tenham renda para custear o seu consumo. E que a opção por utilizar esses serviços é uma decisão em prol da sustentabilidade. Porque a sustentabilidade é um desafio possível de assegurar vida à atual e futuras gerações. E somente com o apoio da comunidade os profissionais independentes de baixa renda podem exercer as suas atividades profissionais e obterem com o fruto de seu trabalho renda para o custeio de seu consumo.

E com relação à dimensão ambiental do comportamento de consumo, as informações que emergiram da investigação realizada indicam que os investigados percebem que é possível a prática cotidiana de ações de proteção ambiental. As ações empreendidas por essas pessoas são: a reciclagem de lixo, uso de sacolas descartáveis, o reaproveitamento de embalagens e a prática de ações de solidariedade. Denotam também os investigados que as suas atividades de lazer são limitadas à sua parca renda e que se percebem como pessoas que desfrutam de uma boa qualidade de vida. Assim, percebe-se que as informações traduzidas por esta dimensão devem lograr atenção dos estudiosos da sustentabilidade, porque pessoas que vivenciam uma situação de consumo de sobrevivência podem se perceber como felizes por estarem saudáveis e ter um trabalho, porém essas pessoas enfrentam problemas socioeconômicos que limitam o seu consumo e as impede de ter acesso à satisfação plena de suas necessidades.

Por todo o exposto, a teoria que emerge desse estudo é: o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade do Rio Grande-RS se destina a garantir o consumo de sobrevivência familiar e profissional dos trabalhadores que exercem a atividade laboral. O consumo dessas pessoas depende da utilização dos serviços profissionais ofertados pela comunidade e do apoio governamental pago em forma de subsídios. É um consumo limitado a poucos recursos financeiros, que merece a atenção dos estudiosos da sustentabilidade que almejam assegurar a todas as pessoas o direito ao atendimento de todas as suas necessidades.

## 4 REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA

Neste capítulo apresentar-se-á uma revisão da bibliografia com o objetivo de relatar as evidências sobre os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo encontradas na literatura.

### 4.1 INTRODUÇÃO

Em 11 de março de 2020 a OMS decretou a pandemia Covid-19 como uma pandemia global (WHO, 2020). O combate ao vírus *Sars-Cov-2* levou a graves perturbações socioeconómicas globais, impactou todos os setores da economia (Ghiani, Galici, Mureddu, & Pilo, 2020). Para vencer o caos das ameaças do vírus a vida foi priorizada e rotinas diárias foram modificadas.

A pandemia Covid-19 desencadeou uma crise global de saúde (Berry, Danaher, Aksoy, & Keiningham, 2020; Batrancea, 2021); acarretou um ambiente de incertezas (Baker, *et al.*, 2020); e impactou o desenvolvimento económico (World Bank, 2021). As perdas provocadas pela pandemia são incalculáveis. Em todos os países houve: pessoas infetadas, mortalidade, desemprego e fechamento de empresas (Saif, Ruan, & Obrenovic, 2021). Na pandemia as desigualdades de classe, raça e género foram acentuadas (Cole, *et al.*, 2020), houve aumento de taxas de pobreza e as economias foram afetadas, sobretudo as já subdesenvolvidas (World Bank, 2021).

Visando exterminar a Covid-19, medidas protetivas para evitar o contágio do vírus *Sars-Cov-2* foram implementadas pelos agentes governamentais em forma de restrições impostas à sociedade. Estas medidas iniciaram-se na China, que em 24 de janeiro de 2020 implementou um bloqueio para combater a propagação do vírus (García, *et al.*, 2021), e estenderam-se por outros países. As medidas protetivas visavam não sobrecarregar a frágil infraestrutura dos sistemas de saúde e nivelar a curva de infeção do vírus. Tais medidas podem ser entendidas como intervenções comportamentais não farmacológicas (Kluge, *et al.*, 2020). E representaram precauções para evitar o contágio do vírus que sinalizam a capacidade da sociedade de adaptar-se às restrições que priorizam a existência humana.

Entre as medidas protetivas à Covid-19 cita-se a limitação de mobilidade que culminou num isolamento social e na proibição do funcionamento de serviços não essenciais.

Segundo Matias *et al* (2020) o isolamento social da Covid-19 criou uma “*tempestade perfeita*” de vulnerabilidade. A Covid-19 causou redução de renda e desemprego, aumentou as desigualdades e a pobreza (World Bank, 2021), causou danos às pessoas sem acesso a equipamentos com conexão *online* (Lenzen, *et al.*, 2020), contribuiu para a implementação do ensino à distância de todos os níveis de instrução e do teletrabalho obrigatório. Islam (2021) sugere que o teletrabalho obrigatório pode ter agravado as desigualdades e para Andrade & Petiz -Lousã (2021) gerou conflitos entre as esferas do trabalho e da família. Importante assinalar que esta modalidade de trabalho exigiu a conciliação do trabalho profissional com o doméstico no mesmo espaço domiciliar comum a todos os membros da família. Assim, por consequência dos efeitos da Covid-19 a saúde física e mental da sociedade foi afetada, o que exigiu um esforço individual de autos cuidados para manter o equilíbrio da mente e do corpo (Ortega-Vivanco, 2020).

Para proteção individual dos danos provocados pela Covid-19, o autocuidado foi fundamental (Ortega-Vivanco, 2020; Matias, Dominski, & Marks, 2020). Porque no longo período de isolamento social as pessoas conviveram com perdas e ameaça constante, ou seja, ninguém foi poupado, todos sofreram com a Covid-19. E neste sentido, os referidos autores salientam que uma ferramenta fundamental de autocuidado é a atividade física, porque melhora a saúde, equilibra o corpo e a mente. Indelévelmente, as medidas protetivas da Covid-19 resultaram em restrições que alteraram a rotina das pessoas, e consequentemente criaram hábitos que traduziram a capacidade de resposta da sociedade aos efeitos desencadeados pela pandemia.

A pandemia Covid-19 colocou em evidência a capacidade adaptativa das pessoas de enfrentar os danos de uma ameaça existencial, porque as pessoas adaptaram-se às restrições de estilos de vida impostos por decisões de autoridades governamentais (Koundouri, 2020; Howarth, *et al.*, 2020). Tal capacidade de adaptação sinaliza a disposição da sociedade em fazer sacrifícios para alcançar benefícios (Cheng, Lam, & Leung, 2020), que pode fornecer importantes subsídios em direção a mudanças de comportamentos sustentáveis (Taherzadeh, 2020). Neste sentido, importante assinalar que o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) n.º 12 está alicerçado no firme propósito de assegurar a produção e o consumo

sustentável. E que a rotina global do consumo foi modificada pela pandemia Covid-19 (Svajdova, 2021).

Face ao exposto, o objetivo desta revisão é relatar as evidências sobre os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo. A organização do relato é composta de três partes. A primeira parte contempla a metodologia adotada, a segunda a análise dos dados obtidos e a terceira parte apresenta os resultados obtidos com a revisão realizada. Também integram essa revisão, fichas sinopses da bibliografia incluída no estudo. Estas fichas estão apresentadas no anexo IV e contemplam extratos sobre as publicações consultadas, onde é possível identificar para cada autor selecionado o resultado apresentado pelo estudo e o DOI (Identificador do objeto digital) para acesso à publicação completa.

## **4.2 METODOLOGIA**

Este estudo foi realizado com o auxílio de uma revisão bibliográfica integrativa da literatura. Essa modalidade de revisão tem por finalidade sintetizar de forma sistemática, ordenada e abrangente os resultados obtidos com pesquisas sobre um tema ou questão específica (Ercole, Melo, & Alcoforado, 2014). Essa abordagem metodológica busca a compreensão do fenômeno através de evidências e inclui uma ampla amostra formada por estudos teóricos científicos e demais registros sobre o problema em estudo (Whittemore & Knafl, 2005). Sendo assim, uma revisão bibliográfica integrativa deve gerar um consistente panorama que permita a compreensão das evidências sobre o fenômeno investigado.

A construção de uma revisão bibliográfica qualificada como integrativa passa pela execução de cinco (5) fases específicas e sequenciais, ou seja, a realização de uma fase da revisão depende do término da anterior para ser realizada (Beyea & Nicoll, 1998; Cooper, 1984; Whittemore & Knafl, 2005). As fases desta modalidade de revisão são: definição do escopo da investigação; delimitação da amostragem da literatura; categorização das publicações; análise e interpretação das publicações e; apresentação dos resultados.

No quadro 36 estão exibidos os resultados obtidos em cada uma das fases da presente revisão da bibliografia. Sendo oportuno frisar que o referido quadro contempla informações de realização das fases 1 e 2, e para as demais etapas (3 a 5) os resultados apresentados no quadro 36 são generalizados, e serão detalhados nos apartados: análise dos dados e

resultados deste estudo. Também, é necessário sublinhar que o anexo IV contempla uma ficha sinopse com extrato dos artigos selecionados que integram o banco de dados da revisão bibliográfica realizada.

Sucintamente, a metodologia da revisão bibliográfica realizada neste estudo é integrativa e buscou evidências de estudos que permitissem a compreensão do fenômeno investigado. E neste sentido, é oportuno frisar que o objeto do estudo desta tese são os trabalhadores independentes de baixa renda, e que para esta categoria profissional não foi localizada publicação em nenhum estudo. Diante da falta de evidências sobre o objeto do estudo da tese, a revisão integrativa foi orientada para identificar evidências sobre o fenômeno estudado, ou seja, investigou-se o comportamento de consumo no contexto da Covid-19.

#### QUADRO 36 SÍNTESE DOS RESULTADOS DA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTEGRATIVA REALIZADA

Fases	Desfecho
1- Definição do escopo da investigação	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tema: comportamento de consumo no contexto da Covid-19.</li> <li>✓ Objetivo: identificar os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento do consumo.</li> <li>✓ Questão de investigação: quais são as evidências sobre modificações do comportamento de consumo no contexto da Covid-19?</li> </ul>
2- Delimitação da amostragem da literatura	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Critério de inclusão: estudos publicados desde o ano de 2020 (ano da decretação de pandemia mundial da Covid-19 pela OMS), e fontes com informações pertinentes e empíricas nos idiomas: português, inglês e espanhol.</li> <li>✓ Critérios de exclusão: artigos duplicados, e os estudos que não contemplavam respostas à questão guia da investigação.</li> <li>✓ Base de dados de consulta da bibliografia: bases de dados que integram o portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), ferramenta de pesquisa disponibilizada pelo Ministério de Educação brasileiro à comunidade científica.</li> <li>✓ Palavras-chaves orientativa da investigação: “<i>consumption behavior</i>”, “<i>Covid-19</i>”, “<i>Covid pandemic</i>”, e “<i>impacts of Covid-19</i>”.</li> <li>✓ Número de publicações identificadas: 296</li> <li>✓ Data da seleção das publicações: 7 a 9 de fevereiro de 2022.</li> </ul>
3- Categorização das publicações	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Número de publicações selecionadas: 65 fontes (39 revisados por pares, 6 artigos de opinião, 11 <i>papers</i> de discussão, 2 livros e 7 <i>websites</i>).</li> <li>✓ Leitura e extração das informações</li> <li>✓ Organização e formação de um banco de dados das informações.</li> </ul>
4- Análise e interpretação das publicações	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análise crítica dos estudos categorizados.</li> </ul>
5- Apresentação dos resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Relatar as evidências encontradas no trabalho de investigação.</li> </ul>

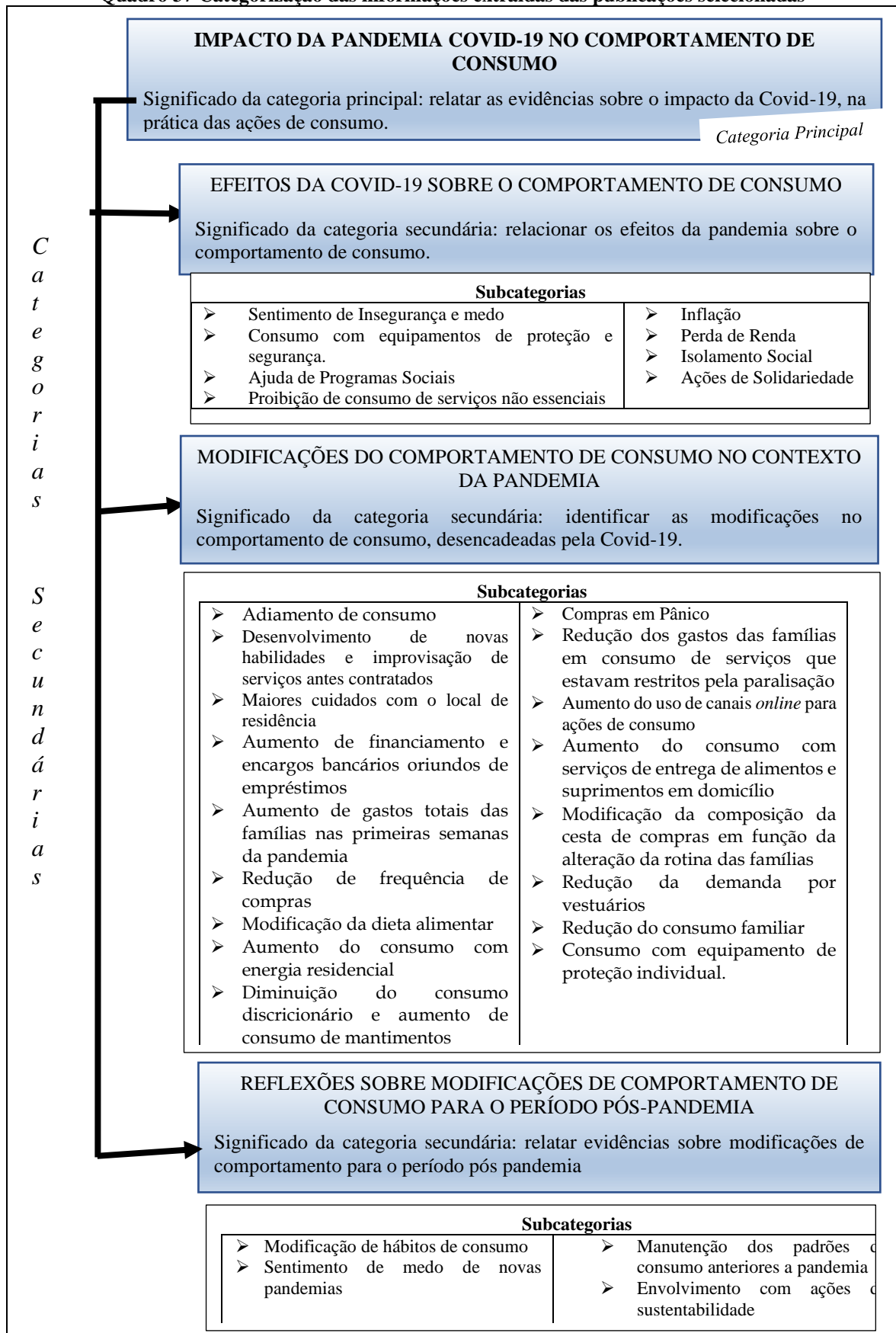
### 4.3 CATEGORIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES

Primeiramente enfatiza-se que da leitura dos estudos surgiram categorias analíticas, e que estas categorias sintetizam as evidências encontradas sobre o fenômeno estudado nas publicações. Optou-se por utilizar a técnica de categorização nesta revisão integrativa por entender-se que esta técnica orientaria a investigadora nas suas tarefas de seleção, análise e interpretação dos estudos, além de possibilitar a elaboração e apresentação da síntese do conhecimento adquirido.

De acordo com Paixão e Pereira (2018) a “*pesquisa em Ciências Humanas e Sociais assume uma diversidade de rumos analíticos, e as categorias fazem parte de uma das trilhas de construção do conhecimento qualitativo*”. A categorização da informação é uma técnica de análise que objetiva a obtenção de forma estruturada do conhecimento, a sua utilização é fundamental para as investigações qualitativas de análise de conteúdo (Bardin, 2010), teoria fundamentada (Glaser & Strauss, 1967), e se adapta perfeitamente a obtenção do objetivo pretendido neste estudo. Nesse sentido assinala-se que o objetivo definido no presente estudo foi relatar as evidências sobre os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo, e que a técnica de categorização permitiu de forma coordenada a extração da informação dos estudos realizados sobre o tema investigado.

Neste seguimento, categorias analíticas surgiram da leitura dos estudos, e foram a bússola orientadora do trabalho de análise das evidências retratadas nas publicações selecionadas. O quadro 37 apresenta o significado das 4 (quatro) categorias que emergiram da leitura e interpretação das publicações nesta revisão bibliográfica, e as subcategorias associadas a cada uma das três categorias secundárias.

**Quadro 37 Categorização das informações extraídas das publicações selecionadas**



Cabe ressaltar que as categorias analíticas identificadas neste estudo são 1 (uma) principal e 3 (três) secundárias, e que cada uma das categorias secundárias congrega uma soma de subcategorias. Nesta sequência, a categoria principal centraliza as evidências encontradas na sua totalidade, as categorias secundárias apresentam de forma analítica os resultados encontrados, e as subcategorias reúnem detalhes específicos sobre o fenômeno investigado. Dito de outra forma, neste estudo as categorias representam unidade de análise das evidências encontradas nos estudos selecionados, as subcategorias congregam um nível de detalhe específico das categorias, e a categoria principal é unidade central que conecta as categorias secundárias e permite a compreensão do fenômeno investigado.

Em suma, a terceira fase desta revisão integrativa culminou com a categorização das informações extraídas da leitura das fontes consultadas.

Após a categorização das informações procedeu-se à quarta fase da revisão integrativa. De forma geral essa fase contemplou a análise dos dados fundamentada nas quatro (4) categorias que emergiram da leitura dos textos selecionados e de informações de banco de dados. A análise dos dados traduz as evidências encontradas sobre o fenômeno investigado, e será apresentada por categoria analítica.

#### **4.3.1 Evidências sobre o impacto da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo**

É fato que o estudo do comportamento de consumo objetiva compreender as ações e reações de consumo (Blackwell, Miniard, & Engel, 2013). Assim sendo, se percebe que a compreensão das causas e efeitos que desencadeiam as ações de consumo, é o objetivo do estudo de todos que almejam encontrar soluções aos problemas associados ao consumo.

Para as finalidades desse estudo, entende-se como consumidor todas as pessoas que praticam ações de consumo. Porém, importa assinalar que algumas pessoas não gerenciam as suas ações e dependem de outras para cuidar do seu consumo. É o caso, por exemplo, de uma criança, ou uma pessoa com incapacidade de locomoção que necessitam de um responsável para prover o seu consumo. Logo, nem todos os consumidores são agentes responsáveis por decidir sobre o seu consumo, alguns necessitam que outros realizem o

gerenciamento das suas ações, todavia os problemas associados são enfrentados por todos os consumidores. E neste sentido, Yannis e Lang (2006) assinalam que as ações e experiência de uma pessoa como consumidor tem relação direta com a sua função de agente social, político e moral. Portanto, o nível de consciência de cada pessoa sobre sua capacidade de agente social responsável pelo ambiente tem relação direta com as ações de consumo por ela praticadas.

A pandemia Covid-19 modificou a rotina global de consumo. *“Desde o início do primeiro surto de COVID-19 no início de 2020, o comportamento do consumidor desviou-se significativamente do normal. O fechamento de lojas aliado ao medo dos consumidores em relação à sua própria saúde levou a um aumento imediato e acentuado da demanda e ao uso de canais alternativos de distribuição”* (Svajdova, 2021). O comportamento de consumo na pandemia contempla a forma como as pessoas gerenciaram as suas ações de consumo, um período onde diversas medidas protetivas foram implementadas para preservar a vida.

O surto abrupto da Covid-19 provocou profundos impactos no mundo inteiro (Wang & Wang, 2021) impactou mundialmente as sociedades e a economia (García, *et al.*, 2021). A Covid-19 afetou os setores de energia, finanças, turismo e comércio, e reduziu a produção e o consumo (Orak, Alshehri, & Chen, 2022). O fato é que nenhum ser humano ficou protegido do contágio, e a sociedade teve de aprender a conviver com o medo constante do invisível vírus mortal.

Os reflexos da pandemia Covid-19 foram heterogêneos entre as famílias (Chetty, Friedman, Hendren, & Stepner, 2020). A Covid-19 afetou dramaticamente as necessidades básicas de toda a sociedade. Foram impactadas pela pandemia as necessidades fisiológicas de comida, água, abrigo e ar, e as necessidades de segurança física, emocional e financeira (Berry, Danaher, Aksoy, & Keiningham, 2020, p. 392). E neste contexto muitas pessoas não puderam refugiar-se no conforto dos seus lares e proteger-se do contágio do vírus *Sars-CoV-2*, porque precisaram garantir a quarentena da sociedade (Santos, 2020; Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020; Borges & Silva, 2022). Estas pessoas foram consideradas trabalhadores da linha de frente (Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020), entre esses profissionais estão os trabalhadores da saúde, agricultores, entregadores *delivery*, cuidadores, motoristas,

seguranças, coletores de lixo, e todos aqueles que fomentaram com cuidados os que puderam ficar nas suas residências.

Os agentes governamentais implementaram medidas protetivas para minimizar os riscos de contágio ao vírus qualificado como o “*cisne negro*” por Taleb (apud Carmo, 2020). As restrições impostas pelos agentes governamentais provocaram mudanças socioeconómicas, modificaram padrões de vida, trabalho e consumo e também diminuíram a poluição e a emissão de gases de carbono na atmosfera (Quére, *et al.*, 2020; Liu, *et al.*, 2020). Em outros termos, os impactos ambientais provocados pela Covid-19 fomentaram uma crise socioeconómica.

A pandemia da Covid-19 é “*simultaneamente uma emergência de saúde pública e uma experiência em tempo real para reduzir o tamanho da economia*” (Cohen, 2020). É também um momento único de reflexão sobre a união de todos os atores sociais em defesa da vida. Neste sentido Kirk e Rifkin (2020) nos ensinam que os tempos de crise podem resultar em grandes transformações para a sociedade. E ainda, segundo os referidos autores, nesse contexto o comportamento do consumo e as mudanças sociais causadas pela Covid-19 oferecem vasto conteúdo para a pesquisa.

Dado que o objeto de estudo desta revisão é o comportamento de consumo, e que existem evidências sobre os impactos da pandemia Covid-19 no consumo, buscou-se sintetizar os estudos selecionados que apresentaram evidências sobre o impacto ambiental do consumo no contexto da pandemia Covid-19.

O quadro 38 apresenta os estudos consultados sobre esses impactos. Onde se constata que os impactos ambientais positivos das medidas protetivas a Covid-19 resultam nas seguintes evidências: diminuição da poluição e da emissão de gases de carbono na atmosfera (Quére, *et al.*, 2020; Wang, Lu, Bai, & Wang, 2020; Gillingham, Knittel, Li, Ovaere, & Regente, 2020; Peters, Brabec, Buonassisi, Hauch, & Nobre, 2020); redução do consumo de energia (Carvalho, *et al.*, 2020; Alhajeri, Almutairi, Alenezi, & Alshammari, 2020; Abu-Rayash & Dincer, 2020; Santiago, Moreno-Munoz, Quintero-Jiménez, Garcia-Torres, & Gonzalez-Redondo, 2021; Ghiani, Galici, Mureddu, & Pilo, 2020; Orak, Alshehri, & Chen, 2022; Quére, *et al.*, 2020), redução de produção (Orak, Alshehri, & Chen, 2022), e redução de consumo e produção (Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020; Chetty, Friedman, Hendre, & Stepner, 2020; Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020; Alexander

& Karger, 2020; Chronopoulos, Lukas, & Wilson, 2020; Hoke, Kanzig, & Surico, 2020; Chen, Qian, & Wen, 2020; Orak, Alshehri, & Chen, 2022). Apenas o estudo de Grève, *et al.*, (2020) não identificou mudanças significativas nos hábitos de consumo de energia em uma comunidade de geração de energia eólica da Bélgica.

Sobre os estudos retratados no quadro 38, regista-se que é possível a compreensão que os impactos ambientais de redução de poluição, energia, produção e consumo são consequências das medidas protetivas de isolamento social. Corroboram com este entendimento a íntegra dos autores elencados no referido quadro. E neste sentido, importa mencionar que os impactos da Covid-19 sinalizam para um momento de reflexão sobre uma oportunidade de reconstruir uma sociedade mais sustentável e equitativa (Tahezadeh, 2020, p. 04). Neste período pandémico houve um hiato entre o crescimento económico e a degradação ambiental (Helm, 2020), contabilizando melhorias ambientais. Estas melhorias ambientais estão relacionadas com menores índices de poluição e redução de consumo e produção, porém os danos sociais ocorridos nesse período de perdas humanas e perdas sociais são incalculáveis. Considerando que milhões de pessoas perderam as suas vidas, e que houve na pandemia perda de postos de trabalho e o aumento das desigualdades, não é possível considerar os ganhos ambientais da Covid-19 como socialmente sustentáveis (Lenzen, *et al.*, 2020).

Face ao exposto, analisando o quadro 38 é possível compreender que houve impactos ambientais positivos das medidas protetivas da Covid-19, porém as perdas do longo período de pandemia são incalculáveis à sociedade, e se faz necessário encontrar maneiras de minimizar os devastadores efeitos da pandemia. No que se refere aos efeitos da Covid-19 sobre o consumo, estes serão tratados em detalhes no apartado 4.3.2. Porém, é oportuno frisar que para amenizar os impactos negativos da pandemia Covid-19, será necessário otimizar a eficiência do comércio por meio de políticas estaduais, com promoção do abastecimento por meio de produtores locais, apoio a investimentos em infraestruturas, investimento em educação técnica, e favorecimento a diversidade económica (Saif, Ruan, & Obrenovic, 2021). E do lado do consumo, a mitigação dos efeitos da pandemia passa por alterações comportamentais na compra de itens de consumo (Mason, Narcum, & Mason, 2021).

**QUADRO 38 ESTUDOS SOBRE O IMPACTO AMBIENTAL DO CONSUMO NO CONTEXTO DA PANDEMIA COVID-19**

<b>Objeto de estudo</b>	<b>Autores</b>	<b>Evidências</b>
Gastos das famílias nos Estados Unidos	(Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020)	A diminuição de consumo tem relação direta com as políticas regionais de distanciamento social e com a afiliação política do cidadão.
Gastos das famílias nos Estados Unidos	(Chetty R. , Friedman, Hendren, & Michael, 2020)	Diminuição do consumo, com quedas maiores nas famílias com maior renda.
Efeitos causais do confinamento nos gastos e no emprego dos consumidores	(Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020)	O confinamento afetou de forma negativa os gastos, o mercado de trabalho e expectativas sobre a economia.
Efeitos das ordens de permanecer em casa sobre os gastos das famílias	(Alexander & Karger, 2020)	Diminuição dos gastos com os serviços e produtos relacionados com a mobilidade, e aumento dos gastos com serviços de entrega de alimentos.
Gastos das famílias do Reino Unido	(Chronopoulos, Lukas, & Wilson, 2020)	Diminuição do consumo discricionário, predominância dos gastos de alimentação com aumento de gastos com estoques de alimentos devido a incertezas do tempo que a pandemia durará.
Gastos das famílias do Reino Unido e os efeitos sobre as desigualdades.	(Hoke, Kanzig, & Surico, 2020)	Redução dos gastos familiares, com importante dimensão da heterogeneidade na resposta de gastos aos impactos da pandemia.
Gastos das famílias na China	(Chen, Qian, & Wen, 2020)	Os gastos totais das famílias foram afetados pela pandemia, e os que mais diminuíram foram os gastos com restaurantes, entretenimento e viagens.
A demanda por compras online de alimentos em Taiwan.	(Chang & Meyerhoefer, 2020)	O aumento da demanda por compras online de alimentos tem relação direta com o aumento dos casos de infecção pelo vírus <i>Sars-Cov-2</i> .
Consumo de energia renovável em uma comunidade de energia eólica da Bélgica	(Grève, <i>et al.</i> , 2020)	Não identificado mudança significativa nos hábitos de consumo de energia na comunidade.
Os efeitos ambientais do bloqueio COVID-19 nos Estados Unidos	(Orak, Alshehri, & Chen, 2022)	A quarentena e o bloqueio da Covid-19 causaram interrupções nos setores de energia, finanças, turismo e comércio em todo o mundo. Essas interrupções resultam da quarentenas e bloqueios que causam reduções na produção e nos consumos. Tais mudanças nas taxas de produção e consumo tem consequências ambientais.

(continua pág. 83)

(continuação pág. 82)

<b>Objeto de estudo</b>	<b>Autores</b>	<b>Evidências</b>
Emissões de CO <sub>2</sub> durante os confinamentos forçados	(Quére, <i>et al.</i> , 2020)	As políticas governamentais durante a pandemia COVID-19 alteraram drasticamente os padrões de demanda de energia em todo o mundo. E os padrões de transporte de consumo diminuíram em função dessas políticas.  As emissões globais diárias de CO <sub>2</sub> diminuíram em -17% (-11 a -25% para $\pm 1 \sigma$ ) no início de abril de 2020 em comparação com os níveis médios de 2019, pouco menos da metade das mudanças no transporte de superfície. No ápice da pandemia as emissões em países individuais diminuíram em média -26%.
Impacto ambiental da Covid na China	(Wang, Lu, Bai, & Wang, 2020)	Redução das emissões de CO <sub>2</sub> na China.
Impacto ambiental da Covid	(Gillingham, Knittel, Li, Ovaere, & Regente, 2020 )	Redução das emissões de CO <sub>2</sub> em termos globais e nos Estados Unidos
Impacto ambiental da Covid na Índia	(Peters, Brabec, Buonassisi, Hauch, & Nobre, 2020)	Diminuição da poluição do ar e o aumento da geração fotovoltaica devido ao aumento da radiação solar do céu limpo na Índia.
Consumo de energia no Brasil	(Carvalho, <i>et al.</i> , 2020 )	Redução do consumo de energia no Brasil
Consumo de energia no Kuwait	(Alhajeri, Almutairi, Alenezi, & Alshammari, 2020)	Redução do consumo de energia no Golfo Pérsico no país árabe Kuwait
Consumo de energia no Canadá	(Abu-Rayash & Dincer, 2020)	Redução do consumo de energia na província de Ontário do Canadá
Consumo de energia na Espanha	(Santiago, Moreno-Munoz, Quintero-Jiménez, Garcia-Torres, & Gonzalez-Redondo, 2021)	Redução do consumo de energia na Espanha
Consumo de energia na Itália	(Ghiani, Galici, Mureddu, & Pilo, 2020)	Redução do consumo de energia na Itália

O consumo tem relação direta com a economia, porque a compra de itens de consumo exige do consumidor renda disponível para a sua aquisição. É possível constatar que na pandemia Covid-19 o comportamento de consumo foi impactado por diminuição dos postos de trabalho, e conseqüente redução de renda. Neste contexto Baker *et al* (2020) entende que “*em termos de impacto econômico ainda não é possível entender e particularizar o total impacto nos níveis individuais e global da Covid-19 a longo prazo*”.

Logo, o comportamento de consumo (fenômeno investigado) foi impactado pela Covid-19 com redução de consumo, devido às medidas protetivas adotadas pelos agentes governamentais para impedir a proliferação do vírus *Sars-Cov-2*. Estes impactos são traduzidos em melhorias ambientais de: diminuição de poluição, consumo e produção, e consumo de energia. Logo, compreende-se que as pessoas reduziram o seu consumo, e neste sentido necessário se faz entender quais as razões desta redução de consumo e que efeitos tiveram sobre o comportamento de consumo

E por fim, se entende que o comportamento de consumo foi impactado pela pandemia Covid-19, e o combate a pandemia exigiu dos agentes governamentais medidas protetivas ao contágio do vírus *Sars-Cov-2*. Tais medidas desencadearam uma crise global com efeitos sobre o consumo, e conseqüentemente o comportamento de consumo foi impactado pela pandemia. Tal impacto foi em forma de redução de consumo, e provocado por efeitos que desencadearam modificações, e resultaram em reflexões que nortearam o período pós-covid.

#### **4.3.2 Evidências sobre os efeitos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo**

Neste apartado estão relacionadas as evidências sobre os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo, extraídas das publicações consultadas. A pandemia Covid-19 gerou estresse e incerteza de uma forma sem precedentes (Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020, p. 398). As situações de incertezas afetaram os fatores psicológicos, razão pela qual o comportamento torna-se menos previsível e pode se modificar nessas situações (Baddeley, 2017; Corr & Plagnol, 2018). O comportamento numa situação de pandemia, de desastre natural, guerra e terrorismos precisam de atenção do meio acadêmico (Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020) porque a resiliência é fundamental à sobrevivência dos que

enfrentam calamidades. Nesta perspectiva Donthu e Gustafsson (2020) salientam que o surto da Covid-19 “*é um lembrete agudo que tanto as pandemias, como outras catástrofes*” continuarão a acontecer no futuro. Assim sendo, a compreensão dos efeitos sobre o comportamento de consumo vivenciados numa situação de incerteza, sinaliza os problemas desencadeados pelo evento calamitoso que exigiram medidas de controle e que podem se repetir no futuro.

O estudo de Lusk e McFadden (2021) compara os efeitos da Grande Recessão da crise do mercado imobiliário de 2020 com a pandemia da Covid-19, e identifica a redução de renda e de postos de trabalho como efeitos semelhantes entre os dois eventos. Porém, os referidos autores enfatizam que os efeitos da Covid-19 foram mais graves do que os provocados pela Grande Recessão. Entre os efeitos da Covid-19 relatados no citado estudo estão: insegurança alimentar, aumento do consumo de alimentação residencial e redução do consumo de alimentos em restaurantes; desaceleração temporária no processamento de alimentos em virtude de doenças dos trabalhadores, subsídio governamental para apoiar os mais vulneráveis, redução no consumo com entretenimento e viagens, aumento das taxas de utilização de poupança, e redução na média de horas trabalhadas. Agrega-se a estes efeitos o teletrabalho, a utilização da internet para comunicação, entretenimento e compras.

Faz-se importante ressaltar que a pandemia global da Covid-19 registou um momento único que exigiu dos governantes a imposição de limites a mobilidade das pessoas (Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020; Baker, *et al.*, 2020). Entre essas restrições estão: fechamento de fronteiras; restrições de viagens internacionais; fechamentos de escolas; proibição de reuniões públicas; uso obrigatório de máscaras; proibição de funcionamento de comércio e de serviços não considerados essenciais; e recomendações para que as pessoas permanecessem nas suas casas e praticassem o distanciamento social (Quéfé, *et al.*, 2020, Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & C, 2020). Alguns países adotaram o bloqueio total, como a China e a Itália, outros como Portugal, Brasil, Reino Unido e os Estados Unidos seguiram um protocolo que determinava sobre os serviços que deveriam funcionar durante o período do isolamento social. Se compreende essas restrições como medidas protetivas para evitar o contágio do vírus da Covid-19.

As medidas protetivas da pandemia Covid-19 afetaram a rotina das pessoas, como consequência houve modificação na maneira de adquirir bens e serviços de consumo

(Amicarelli & Bux, 2021). As mudanças de compra experimentadas em níveis globais na Covid-19 podem ter estimulando a percepção e o comportamento de consumo (Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020). Premissa que assinala sobre a possibilidade de entender a problemática associada ao consumo na Covid-19.

Um dos maiores problemas causados pela pandemia Covid-19 foi a insegurança financeira (Berry, Danaher, Aksoy, & Keiningham, 2020) que conseqüentemente afetou a subsistência (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021). A insegurança financeira da Covid-19 foi conseqüência da perda de renda, desemprego, fechamento de empresas, licenças, redução salarial, inflação, perda de investimentos, utilização de poupança, incapacidade de recuperar numerários pagos por serviços não utilizados.

De acordo com o estudo de Berry *et al* (2020) a pandemia Covid-19 acarretou danos financeiros, físicos e emocionais aos menos favorecidos. Corrobora com este entendimento Cariappa *et al* (2021) que encontraram evidências na Índia sobre os efeitos à subsistência causados pela pandemia Covid-19.

Para Schippers (2020) as medidas protetivas da Covid-19 causaram efeitos colaterais, esses efeitos são: excesso de mortalidade por outra causa, fome, atraso no atendimento à saúde, aumento de outras doenças, problemas de saúde mental, suicídios, aumento de doenças e de desigualdades devido a fechamento de escolas e perda de postos de trabalho. E para Horton (2020) a Covid-19 pode ser uma *sindemia*, conceito introduzido por Singer (1994) para caracteriza a sinergia entre os problemas de saúde em populações no contexto social e económico.

As mudanças no estilo de vida desencadeadas pelas necessárias medidas protetivas da Covid-19 impactaram de forma negativa a saúde das pessoas que vivenciaram as incertezas da pandemia. São alguns dos exemplos de efeitos negativos a saúde, causados pela Covid-19: aumento do sedentarismo, diminuição da atividade física, estresse, ansiedade, depressão, e estado nutricional alterado por desequilíbrio energético na dieta alimentar (Hämmig, 2019; López-Bueno, *et al.*, 2020; Mattioli, Sciomer, Cocchi, Maffei, & Gallina, 2020).

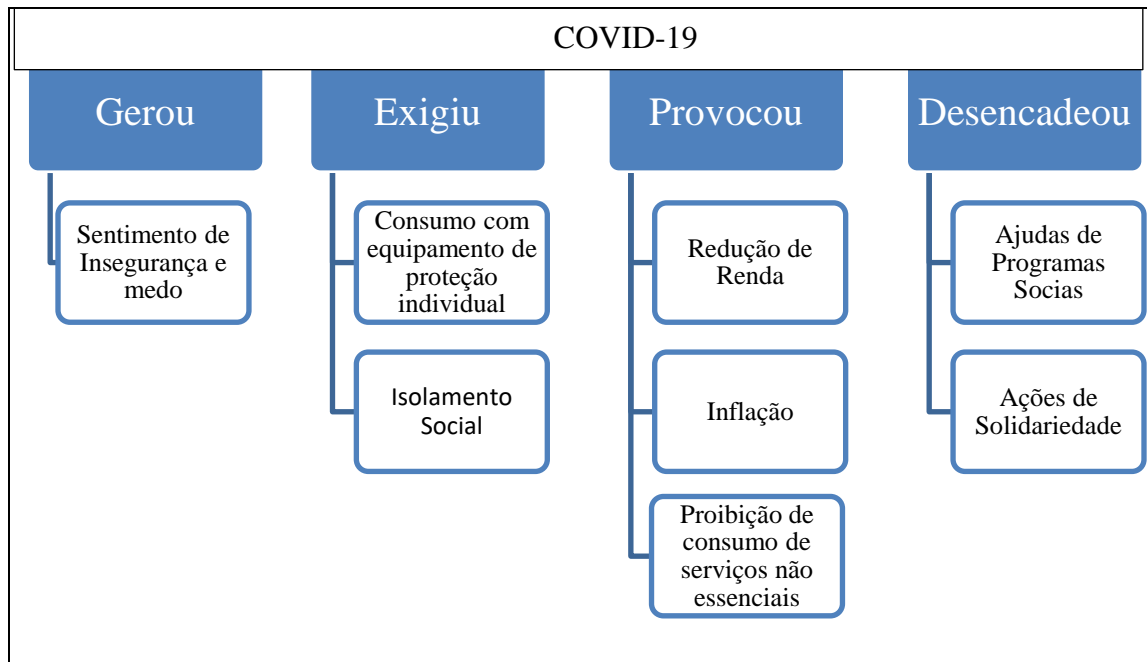
Também as medidas protetivas da Covid-19 interromperam as cadeias de suprimentos, impactando transportes rodoviários, fluviais e aéreos. Fato que impactou as

comodities perecíveis e levou a desperdícios de alimentos (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Harris, Depenbusch, Amigo, Nair, & Ramasamy, 2020; Termeer, Brouwer, & Boef, 2020). As interrupções causaram danos a agricultores e consumidores, e assinalam o problema de falta de instalações de armazenamento adequadas para enfrentar crises de distribuição de alimentos de longo prazo. Neste sentido, o estudo de Cariappa *et al* (2021) cita a perda de alimentos e sacrifício de animais durante a Covid-19. Na Índia houve descarte de grande quantidade de leite, frutas e legumes. Em Ontário, no Canadá, 500 fazendas leiteiras descartaram 5 milhões de litros de leite por várias semanas. A Dinamarca abateu 10 milhões de visons, e o Reino Unido proibiu a criação por medo de que esses animais fossem contaminados pela Covid-19. Nos Estados Unidos, grande quantidade de leite foi despejado ao solo, e ovos de galinhas não incubados foram convertidos em ração para animais de estimação.

Concisamente, as evidências encontradas nas publicações consultadas revelam que o consumo foi afetado na pandemia Covid-19 pelos seguintes fatores: redução de renda originada da redução dos postos de trabalho (Ludvigson, Ma, & Ng, 2020; Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020; Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020); redução do fluxo de trabalho (Baldwin, 2020); alta de preços provocada pela inflação (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021); desperdício de alimentos decorrentes da interrupção da cadeia de suprimentos (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Harris, Depenbusch, Amigo, Nair, & Ramasamy, 2020; Termeer, Brouwer, & Boef, 2020); e insegurança alimentar (Schippers, 2020; Lusk & McFadden, 2021).

Assim sendo, importante destacar que as evidências dos efeitos da pandemia Covid-19 sobre o comportamento de consumo resultam das ocorrências que a pandemia provocou na rotina das pessoas. O quadro 39 apresenta cada uma dessas conjunções que neste estudo foram tratadas como subcategorias de análise. E por fim, as evidências sobre os efeitos de cada subcategoria no comportamento de consumo serão detalhadas nos apartados seguintes.

**Quadro 39 Ocorrências da Covid-19**



#### **4.3.2.1 Sentimento de Insegurança e medo**

Para compreender o sentimento de medo e insegurança vivenciado pela pandemia Covid-19 pode-se utilizar a teoria ambiental de Mehrabian e Russell (1974). Esta teoria, também conhecida como a teoria do afeto, tem a sua origem na psicologia ambiental, e nos ensina que os estímulos externos afetam o comportamento das pessoas (Laato, Islam, Farooq, & Dhir, 2020; Xu, Benbasat, & Cenfetelli, 2014). Por esta teoria o comportamento de uma pessoa sofre influências de estímulos físicos e sociais, e são esses estímulos que determinam o estado emocional de cada pessoa.

O modelo da teoria ambiental tem por base o processo sequencial EOR (estímulo, organismo e resposta) de forma que um estímulo externo afeta e leva uma resposta para o organismo (Mehrabian & Russell, 1974). Dessa maneira a informação diária de casos de morte e contágios pela Covid-19 foi o estímulo externo que desencadeou sentimentos de medo e incerteza por todos os que vivenciaram a pandemia. Esse estímulo externo pode também ter desencadeado um sentimento de reflexão sobre a vida, e uma nova percepção que modificou comportamentos. Apoiam esse entendimento Kumar *et al.* (2020) que entendem

que os estímulos externos originados das notícias sobre a pandemia Covid-19 impactaram processos cognitivos e afetivos dos consumidores, e podem ter afetado o comportamento de consumo.

Em conformidade com Klaver e Lambrechts (2021) as medidas protetivas da Covid-19 desencadearam os seguintes efeitos negativos na vida das pessoas: aumento de sensação de estresse e isolamento, dificuldades relacionadas ao trabalho em casa, e insegurança financeira. Corroboram com esse entendimento Donthu e Gustafsson (2020) que assinalam que as pessoas enfrentaram sentimentos de solidão, negatividade, depressão, aumento de violência doméstica, brigas entre vizinhos, e aumento de compras de armas de fogo. De fato, a pandemia Covid-19 afetou de imediato a rotina das pessoas e causou um efeito profundo na saúde física e mental (Holmes, *et al.*, 2020, Abbas & Kamel, 2020).

Assim sendo, vivenciar os dias de confinamento social exigiu das pessoas esforços individuais para manter o equilíbrio físico e mental. Entende-se que o conjunto de atividades executadas com esse propósito pode ser compreendida como ações de autocuidado. Entre as atividades de autocuidado, estão atividades executadas de forma intencional como a limpeza da casa, subir e descer escadas, meditação, desfrutar da leitura e da música, o aprendizado de novas habilidades, e o envolvimento em ações de solidariedade.

Em suma, no vivenciar da pandemia Covid-19 a necessidade de bem viver e manter a saúde foi uma prioridade (Abbas & Kamel, 2020, Ortega-Vivanco, 2020). E neste contexto de insegurança, o sentimento de medo do contágio pelo vírus *Sars Cov 2* modificou comportamentos de consumo (Mason, Narcum, & Mason, 2021). Porque as ações de consumo foram orientadas pela necessidade de enfrentar e mitigar os efeitos da pandemia.

#### **4.3.2.2 Consumo com equipamentos de proteção individual**

A pandemia Covid-19 despertou nas pessoas a consciência sobre a necessidade de cuidados com a saúde, higiene e distanciamento social, (Itani & Hollebeek, 2021). Outrossim, a OMS para evitar o contágio do vírus *Sars-Cov-2* recomendou a adoção de um protocolo de procedimento de segurança para os profissionais da saúde e população em geral. Entre estas recomendações estavam a utilização de máscara facial de proteção, uso de

álcool gel, e limpeza regular de superfícies de alto contato (WHO, 2020). Dessa maneira o consumo dos equipamentos de proteção individual (EPI) passou a fazer parte da rotina diária das pessoas.

Convém salientar que o ambiente foi impactado pela produção e descarte dos EPI (Prata, Silva, Walker, Duarte, & Rocha-Santos, 2020). Neste sentido assinala-se que muitos desses equipamentos são de uso descartável, como o caso das máscaras e luvas, e o descarte aumentou os problemas associados a produção e acúmulo de lixo. Além disso, a falta de disponibilidade dos EPI, a elevação de preços, e a rejeição ao uso causaram outros problemas na sociedade.

A indisponibilidade no mercado dos EPI e o aumento dos preços estão relacionados com o aumento expressivo da demanda mundial, e a produção dos equipamentos. A China, país principal produtor de EPI, foi um dos países mais afetados pela pandemia, fato que aumentou a demanda interna pelos equipamentos de proteção e impactou as exportações (Servo, Ramos, Peters, Fiuza, & Sulpino, 2020).

Percebe-se que a rejeição ao uso dos EPI está associada a fatores psicológicos de negação aos riscos da pandemia Covid-19. Consoante com o estudo de (Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020) os novos procedimentos de segurança durante a pandemia alteraram o comportamento de algumas pessoas. Estas pessoas recusaram-se a seguir os protocolos, e se dirigiram aos profissionais da linha de frente com comportamento verbal agressivo, e fisicamente abusivo. Tal situação exigiu dos funcionários de linha de frente uma atitude de fazer cumprir regras e protocolos e garantir a segurança de todos. Corroborando com esse entendimento (Pérez, Aybar, & Pavía, 2021) que entende que as medidas protetivas instituíram novos hábitos, e estabeleceram a utilização de consumo individual de EPI.

Em vista da necessária utilização de EPI no contexto da Covid-19, houve um impacto no comportamento de consumo. Porque as pessoas tiveram de agregar o consumo adicional desses equipamentos à sua cesta consumo.

### 4.3.2.3 Isolamento Social

A medida protetiva de conter a circulação humana para evitar o contágio do vírus *Sars Cov 2* apresenta diversas terminologias. É denominada de: confinamento social (Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020; Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020; Aguilar-Martínez, *et al.*, 2021; Quére, *et al.*, 2020); isolamento social (Ortega-Vivanco, 2020; Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021); confinamento forçado (Quére, *et al.*, 2020); bloqueio (Orak, Alshehri, & Chen, 2022; Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Klaver & Lambrechts, 2021; Akter, Ashrafi, & Waligo, 2021); quarentena (García, *et al.*, 2021); distanciamento social (Itani & Hollebeek, 2021; Baker, *et al.*, 2020). Neste estudo utilizar-se-á a expressão isolamento social, porque se entende que este termo traduz a fragilidade do ser humano de precisar se afastar do convívio social para proteger-se e proteger a coletividade de um inimigo comum e oculto a todos.

Os efeitos do isolamento social nos gastos do consumidor e no emprego foram estudados por Coibion *et al* (2020), que constaram que o isolamento afetou as expectativas das famílias sobre a economia, e causou queda de emprego e diminuição do gasto com consumo.

Certamente o confinamento social afetou o consumo das famílias, porém, isso ocorreu de forma diferente, ou seja, houve diferença entre os mais favorecidos e os mais vulneráveis. O estudo sobre a resposta dos gastos das famílias ao isolamento da Covid-19 de Carvalho *et al* (2021), constatou que na Espanha houve um maior declínio de gastos nos bairros ricos, e uma maior mobilidade de trabalhadores de baixa renda. Os trabalhadores mais ricos reduziram os seus gastos, porque segundo os autores as restrições de *lockdown* afetam mais o padrão de consumo conspícuo de pessoas com um maior poder aquisitivo. Também nos Estados Unidos os estudos de Chetty *et al* (2020) e Cox *et al* (2020) encontraram similares evidências, ou seja, os consumidores de renda mais alta tiveram maiores diminuições dos gastos na pandemia Covid-19. E o estudo de Hoke *et al* (2020) comprovou que na Inglaterra a maior redução de gastos de consumo foi nas famílias mais ricas. De acordo com Cox *et al* (2020) os setores que foram mais sensíveis a paralisação durante o bloqueio Covid-19 foram: viagens, restaurante e entretenimento. E segundo os mencionados autores as famílias mais ricas consomem mais desses serviços do que as famílias mais pobres.

É necessário assinalar que as desigualdades foram acentuadas no isolamento social principalmente para aquelas pessoas que não tinham acesso à *internet*. Porque durante a pandemia Covid-19 praticamente todas as atividades foram realizadas de forma *online*, incluindo compras, comunicação, entretenimento, administração pública, escolaridade e conferências (Saif, Ruan, & Obrenovic, 2021). Em termos de consumo, a “loja” foi até o consumidor (Sheth, 2020), dos lares foi possível adquirir itens de consumo via *online*, alternativa que propiciou o consumo no período de *lockdown*.

Chang e Meyerhoefer (2020) estudaram o aumento das compras *online* de alimentos em Taiwan no período de isolamento, e constataram que este aumento está associado ao aumento do número de casos de Covid-19.

O fato é que a preocupação com o contágio do vírus *Sars Cov 2* aumentou a utilização das plataformas online. As redes sociais se tornam o principal meio de socialização no contexto da pandemia Covid-19 (Donthu & Gustafsson, 2020), foram utilizadas como ferramentas de partilha de experiências de serviços, dicas de usos de produtos, e identificação de necessidade de produtos (Mason, Narcum, & Mason, 2021). Essas plataformas também foram utilizadas para obter suprimentos, e receber serviços (Donthu & Gustafsson, 2020).

Um estudo sobre o impacto das redes sociais na pandemia Covid-19 sobre o comportamento de consumo foi realizado nos Estados Unidos (Mason, Narcum, & Mason, 2021), e replicada na Índia (Mason, Brown, Mason, & Narcum, 2021). Os resultados da investigação nos dois países demonstram um aumento no uso das redes sociais na pandemia Covid-19 para identificação de itens de consumo, coleta de informação pré-compra, comparação de produtos, e compras.

Portanto, o isolamento social modificou rotinas (Abbas & Kamel, 2020); impactou o comportamento de compras (Itani & Hollebeek, 2021; Akter, Ashrafi, & Waligo, 2021); afetou a cadeia de suprimentos (Ivanov, 2020); restringiu o acesso aos mercados de alimentos (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021); modificou padrões de consumo (Quéfé, *et al.*, 2020; Sheth, 2020); impactou negativamente o mercado de ações (Baker, *et al.*, 2020), proibiu o consumo de serviços não essenciais (Pérez, Aybar, & Pavía, 2021), reduziu o consumo (Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020;

Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020), e impactou a subsistência dos mais vulneráveis (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021).

Isto posto, é importante destacar que algumas pessoas não puderam fazer o isolamento social da pandemia Covid-19, porque sem a sua força de trabalho não seria possível o isolamento da coletividade. Entre estes trabalhadores estão os profissionais de saúde, e todos aqueles que exerceram as suas atividades fora do seu domicílio durante o isolamento. Estes profissionais tiveram as suas rotinas transformadas pela pandemia (Voorhees, Fombelle, & Bone, 2020; Borges & Luís, 2022; Santos B., 2020) porque enfrentaram todos os problemas de restrições do isolamento social, além de enfrentar diariamente o medo do contágio por exposição a um vírus transmissível por superfícies de contato e por gotículas que permanecem no ar de 15 minutos a 3 horas.

#### **4.3.2.4 Redução de Renda**

Mormente o fator renda está associado diretamente com a disponibilidade financeira de uma pessoa para realizar aquisição de itens de consumo, e o desemprego impacta negativamente a renda pessoal. Logo, quando a renda é reduzida o comportamento de consumo é diretamente impactado. Por essa razão, a redução da renda é um fator com efeito adverso na compra de alimentos e modifica comportamentos de consumo (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Kallon, Moiforay, Kamara, & Sonda, 2017). Isto posto, e considerando que a pandemia Covid-19 afetou de forma negativa a renda das pessoas que perderam os seus postos de trabalho (Ludvigson, Ma, & Ng, 2020; Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020) percebe-se que o consumo foi impactado com a pandemia.

De forma similar, o desemprego afeta diretamente o consumo alimentar e ameaça a sobrevivência humana (Lusk & McFadden, 2021). Fato que ocorreu na pandemia Covid-19, onde houve um aumento considerável da situação de vulnerabilidade dos que enfrentavam problemas de insegurança alimentar (Schippers, 2020).

Sucintamente as medidas protetivas da Covid-19 afetaram as expectativas das pessoas sobre a economia. Fato que refletiu na perda de postos de trabalho, e consequentemente na redução da renda e dos gastos com consumo (Coibion,

Gorodnichenko, & Weber, 2020; Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020). Percebe-se que o consumo na Covid-19 foi impactado por essas medidas, e exigiu resiliência das pessoas para contornar os problemas de consumo desencadeados pela pandemia.

#### **4.3.2.5 Inflação**

A inflação reflete o aumento dos preços em virtude da perda do poder aquisitivo da moeda. E foi um dos efeitos provocados pela pandemia Covid-19 (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Batrancea, 2021) que impactou o comportamento de consumo. Por certo, a inflação e a redução de renda ameaçaram a sobrevivência dos mais pobres no contexto da Covid-19. E contribuíram para a diminuição de consumo (Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020; Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020). Neste sentido Batrancea (2021) aduz que nos períodos desafiadores de crise economia, de alta de inflação e diminuição de consumo, os governos e as empresas devem estimular o consumo sustentável. Dessa forma, para enfrentar a crise inflacionária as pessoas podem ser incentivadas a apoiar as suas comunidades locais.

O uso de mensagens, por exemplo “apoio ao comércio local”, tem origem na teoria econômica comportamental da arquitetura da escolha, que visa alterar comportamentos sem limitar o poder de escolhas, utilizando *nudge*. Um *nudge* é um empurrão, uma cutucada ou orientação com o propósito de alterar comportamentos das pessoas sem proibir nenhuma opção de escolha. De acordo com a referida teoria o ser humano pode ser influenciado para o bem e para o mal por brandos “empurrões”. Assim sendo, a definição de uma boa arquitetura de escolhas é importante para influenciadores e influenciados (Thaler & Sunstein, 2008). E no caso de mensagens de consumo as pessoas podem ser levadas a fazerem escolhas de consumo sustentável.

Em sínteses na pandemia Covid-19 a inflação impactou o comportamento de consumo, e a associação desse efeito com a redução de renda impactaram os orçamentos familiares dos mais vulneráveis.

#### 4.3.2.6 Proibição de Consumo de Serviços não Essenciais

O confinamento social da Covid-19 determinou a proibição de funcionamento de serviços não considerados essenciais. Fato que resultou numa redução significativa do consumo com bares, restaurantes, hotéis (Pérez, Aybar, & Pavía, 2021), serviços de entretenimento e viagens (Saif, Ruan, & Obrenovic, 2021; Chen, Rubens, Xu, & Li, 2020; Cox, *et al.*, 2020). Também nesse período houve um aumento de consumo com serviços domiciliar, tais como alimentação, consertos, cuidados, entretenimento. Esses serviços foram requisitados pela comunidade que estava em isolamento social,

De acordo com Alexander e Karger (2020), que estudaram os efeitos das “ordens de permanência em casa” sobre os gastos das famílias, houve no contexto da Covid-19 um aumento com os gastos de entrega de alimentos, e os setores associados a mobilidade foram os mais afetados. Corroboram com esses resultados Chronopoulos *et al* (2020) que demonstram em seu estudo uma redução do consumo discricionário, e predominância do consumo com mantimentos e estoques de alimentos nas famílias do Reino Unido durante os primeiros meses da pandemia Covid-19. E também o estudo de Chen *et al* (2020) que encontram evidências na China de redução dos gastos nos três primeiros meses da pandemia Covid-19, com predominância para a diminuição mais severa no consumo de restaurantes, entretenimentos e viagens.

Também o estudo de Andersen *et al* (2020) revelou que na Dinamarca houve diminuição dos gastos agregados nos dois primeiros meses da pandemia Covid-19, e que esta queda se concentrou nos bens e serviços cujo abastecimento estava restrito pela paralisação. Os referidos autores sublinham, que a queda nos gastos foi maior para as pessoas com maior exposição *ex ante* as consequências adversas da crise na forma de perda de emprego, destruição de riqueza, doenças graves e padrões de consumo interrompidos, do que para aquelas pessoas com uma percepção *ex post* de desemprego relacionados com a crise.

Portanto, o fechamento de serviços não considerados essenciais teve efeito sobre o comportamento de consumo no contexto da Covid-19. E para mitigar os efeitos económicos aos setores mais atingidos pela pandemia alguns países implementaram programas de ajuda. Por exemplo, o Reino Unido criou o programa “*Eat out to help*” que consistia num subsídio

de metade do valor das refeições até um valor máximo de £ 10 libras por cliente. O referido programa beneficiou 78.116 empresas, e se estendeu do dia 3 ao dia 31 de agosto de 2020.

#### **4.3.2.7 Ajudas de Programas Sociais**

Em resposta à crise económica provocada pela pandemia Covid-19 os agentes governamentais implementaram políticas de ajuda. Estas ajudas foram fundamentais para garantir a subsistência dos economicamente vulneráveis (Batrancea, 2021). Os subsídios governamentais são definidos por Baldwin (2020) como “*pacotes de escudo*” porque visavam proteger empregos, empresas, bancos e redes dos efeitos danosos da pandemia. Dessa forma, esses incentivos, além de assegurar a sobrevivência dos mais vulneráveis no enfrentamento da pandemia, também se destinaram a recuperar a economia.

A título de exemplo dos diversos programas adotados pelos agentes governamentais para mitigar os efeitos da Covid-19, cita-se o Instrumento Europeu de Apoio Temporário (SURE) adotado pela União Europeia que se destinou ao fortalecimento dos países membros aos riscos de desemprego (European Commission, 2022), o Auxílio Emergencial adotado no Brasil que pagou nos anos de 2020 a 2021 o corresponde a 46.520 triliões de euros (CGU, 2022), e o pagamento direto realizado a cerca de 165 milhões de pessoas nos Estados Unidos (GAO, 2022).

Assim sendo, percebe-se os subsídios governamentais como medidas de estímulos para recuperar a economia e garantir a subsistência das pessoas que mais foram atingidas pelos danos financeiros causados pela pandemia.

#### **4.3.2.8 Ações de Solidariedade**

A pandemia Covid-19 motivou comerciante a empreenderem ações de solidariedade para ajudar a comunidade a suportar os problemas vivenciados pelo isolamento social. Entre as iniciativas empreendidas estão: as pequenas empresas que ampliaram a sua linha de produtos para apoiar a comunidade local no atendimento das suas necessidades; as mensagens de conforto encaminhadas pelas empresas junto com os produtos

comercializados; a readaptação das fábricas para a produção de ventiladores e instrumentos hospitalares; as doações de EPI, doações em dinheiro para a OMS, hospitais e instituições humanitárias (Pantano, Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020). Essas iniciativas de apoio a comunidade local e nacional demonstram a solidariedade dos que podiam fazer algo em favor dos que estavam precisando de ajuda (Ortega-Vivanco, 2020).

Importante destacar que diversas foram as ações de solidariedade empreendidas no contexto da pandemia Covid-19 pela sociedade. E que a internet foi utilizada como ferramenta de comunicação e prestação de contas de pedidos de ajuda de doações em efetivo (dinheiro), serviços, cestas de alimentos, kits de limpeza e higiene pessoal. Entre essas ações estão as ajudas a familiares e amigos, e as doações a entidades governamentais e não governamentais.

Como uma forma de fomentar as doações e agradecer publicamente aos doadores, foram criados *sites* na *internet* para revelar à sociedade a origem e a aplicação dos recursos recebidos para as ações de combate a Covid-19. Estes sites tornaram possível a qualquer cidadão identificar o nome do doador e o valor doado. Citar-se-á apenas três dos *sites* criados com esta finalidade. O *site* brasileiro “Monitor das Doações” gerenciado pela Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR, 2022), o *site* português “Observatório de Doações Covid-19” criado pela empresa de consultoria Aliados *Consulting* e a agência de comunicações FES *Agency* (Ascensão, 2020), e o *site* “Fundo de Resposta ao Covid-19” gerenciado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS, 2022). A contabilização dos recursos recebidos divulgada pelos referidos *sites*, revela que tais recursos tiveram como aplicação: compra de ventiladores, proteção dos profissionais de saúde e apoio a famílias carentes.

Indelévelmente, as ações de solidariedade praticadas na pandemia da Covid-19 foram diversas, e revelam um sentimento coletivo de empatia para com aqueles que precisavam de ajuda. Percebe-se que as ações de solidariedade são úteis a quem recebe a ajuda, e a quem pratica porque geram um sentimento de bem-estar no doador.

### 4.3.3 Evidências sobre modificações no comportamento de consumo no contexto da Covid-19

Primordialmente regista-se que a unanimidade dos autores consultados constatou que a pandemia Covid-19 modificou comportamentos de consumo. E que estas modificações são consequência da redução de renda, perdas de postos de trabalho e desemprego (Ludvigson, Ma, & Ng, 2020; Coibion, Gorodnichenko, & Weber, 2020; Baldwin, 2020; Batrancea, 2021; Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis, 2020; Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Lusk & McFadden, 2021), efeitos desencadeados pelas medidas protetivas implementadas para evitar o contágio e a proliferação do vírus *Sars Cov 2* (Ortega-Vivanco, 2020; Pérez, Aybar, & Pavía, 2021; Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Abbas & Kamel, 2020; Ivanov, 2020; Itani & Hollebeek, 2021).

E seguidamente apresentar-se-á evidências sobre as modificações no comportamento de consumo no contexto da Covid-19 relatadas nos estudos utilizados nessa revisão de bibliografia.

As modificações no comportamento de consumo, ocorridas no contexto da Covid-19, de acordo com o estudo de Akter *et al* (2021) realizado em Bangladesh, foram causadas por: preocupação com a saúde e segurança; restrições impostas pelas medidas protetivas; e condições financeiras, ambiente e outras realidades. Indelévelmente, a pandemia Covid-19 modificou rotinas e impactou comportamentos. As modificações de comportamento de consumo nesse contexto são entendidas como aquelas ações de consumo que antes da pandemia não eram praticadas, e que surgiram como resposta aos problemas enfrentados na pandemia.

Assim sendo, o estudo de Zwanka e Buff (2021) descreve as seguintes modificações no comportamento de consumo ocorridas no período da pandemia Covid-19: estoques de suprimentos prioritários e de produtos de despensa; utilização de serviços de tele-entrega para alimentação; maior isolamento pessoal; opção por não partilhar alimentos, roupas ou outros itens para evitar a transmissão do vírus; surgimento de um nacionalismo nas fronteiras como medida de segurança nacional e de garantia de uma cadeia de suprimentos mínimos; retorno a experiências prazerosas e ao hedonismo; ondas de estresse e preocupações; alterações de integração social; manutenção do *status* de trabalhador para pessoas que

realizaram trabalho de forma remota; aumento do status dos profissionais de linha de frente; migração de serviços de atendimento para transações online; utilização de realidade virtual para acender a lugares e espaços culturais; aprimoramento da capacidade de cozinhar e preparar a sua própria comida; maior preocupação com a saúde mental e física; utilização de equipamento de segurança pelos trabalhadores que atendem ao público; redução dos índices de poluição; adoção de uma rede de segurança mínima de renda e de acesso à saúde independente de vínculo do seguro de saúde; proibição de despejo e perdão de empréstimos; diminuição em contribuição de aposentadoria; retorno a espiritualidade; exigência de aferição de temperatura para acender a locais de circulação de pessoas e; exigência de passaporte de vacina.

Também descrevem modificações no comportamento de consumo Svajdova (2021), Cariappa *et al* (2021|), e Hoke *et al* (2020). Em conformidade com o estudo de Svajdova (2021) as modificações no comportamento de consumo durante a pandemia Covid-19 foram: aumento do gasto médio e diminuição da frequência de compras, modificações na cesta de compras, modificações na rotina de funcionamento das famílias, modificação dos motivos de compras e disponibilidade de bens e serviços, e aumento do gasto médio. O estudo de Cariappa *et al* (2021) indicou as seguintes modificações no comportamento de consumo dos indianos: redução de visitas ao mercado, diminuição de despesas de consumo, redução de gastos com recreação e cultura. E Hoke *et al* (2020) encontram evidências no período inicial da pandemia Covid-19 sobre: redução dos gastos das famílias britânicas, aumento de compras *online*, aumento de compras de mantimento, aumento de empréstimos bancários, aumento de encargos bancários, e aumento das desigualdades com os grupos economicamente mais vulneráveis.

Por certo, as modificações do comportamento de consumo no contexto da Covid-19 resultam de ações que viabilizaram o consumo não praticadas anteriormente a pandemia. Neste sentido, importante destacar que a situação social influencia comportamentos, e os problemas de consumo enfrentados na Covid-19 dependem da situação socioeconômica vivenciada por cada pessoa. Por esta razão as ações de consumo não podem ser entendidas como prática universal.

#### **4.3.4 Ações que viabilizaram o consumo no período da Covid-19**

Para Sheth (2020) “*todo o consumo é limitado ao tempo e ao local*”. E na pandemia Covid-19 as pessoas vivenciaram momentos de flexibilidade de tempo e de rigidez de localização, fato que contribuiu para novas aprendizagens e consequente desenvolvimento de habilidades. O *lockdown* e o distanciamento social foram a causa, segundo o mencionado autor, de interrupções significativas no comportamento de consumo. Importante assinalar que o *lockdown* da Covid-19 foi um protocolo de isolamento que impediu a circulação de pessoas e determinou quais os serviços podiam ser executados durante o período de abrangência do mesmo. E que o distanciamento social foi uma recomendação de manter distância mínima entre as pessoas para evitar o contato físico. Ambas as disposições fizeram parte do conjunto de medidas protetivas recomendadas pelas autoridades governamentais para evitar o contágio do vírus *Sars Cov 2*. Logo, as ações de consumo executadas durante a Covid-19 traduzem a forma como o consumo foi efetivado nesse contexto de restrições a mobilidade humana.

O quadro 40 relaciona as ações que viabilizaram o comportamento de consumo na pandemia Covid-19 apresentados no estudo interpretativo de Sheth (2020). Onde é possível perceber que a tecnologia digital tornou possível a realização de ações de consumo, encontros e reuniões, teletrabalho, estudo a distância, *lives* de entretenimento, e a realização de compras. E que o uso da tecnologia digital foi acessível apenas para aquelas pessoas que disponibilizavam de recursos financeiros para custear os equipamentos eletrônicos necessários ao uso das tecnologias.

Considerando as ações que modificaram o comportamento de consumo na pandemia Covid-19 elencadas no quadro 40. Constata-se que estas ações desencadearam redução de consumo, aumento do volume de compras, e mudanças na forma de comprar na Covid-19.

#### **4.3.5 Evidências sobre redução de consumo**

A redução no consumo no contexto da Covid-19 foi identificada nos estudos de Batrancea (2021), Hoke *et al* (2020), Pérez *et al* (2021), Baker *et al* (2020), Brydges, Retamal e Hanlon (2020), Chetty *et al* (2020), e Carvalho *et al* (2021).

**Quadro 40 Ações que modificaram o comportamento de consumo no contexto da Covid-19 segundo Sheth (2020)**

<b>Ações</b>	<b>Significado</b>	<b>Resultados das ações</b>
Estocagem de bens	Compras em quantidade acima da necessidade do consumo com o propósito de garantir a disponibilidade dos produtos para um longo período. A estocagem de bens resulta em desabastecimento temporário. E pode favorecer o surgimento de intermediários não autorizados, que atuam no chamado “mercado cinza”, aumentando os preços e vendendo produtos falsificados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento de gastos com consumo.</li> <li>✓ Desabastecimento temporário de itens essenciais de alimentação, produtos de higiene e de EPI.</li> </ul>
Improvisação	Alternativa adotada para realizar um feito quando existe restrição para a sua utilização.	Realização de ações de consumo pela internet. São exemplos de improvisações que ocorreram na Covid-19: telemedicina, teletrabalho, ensino remoto, casamentos nas calçadas, transmissão online de serviços funerários e de cerimônias religiosas.
Adiamento de compras de bens e serviços	Decisão de adiar o consumo de bens e serviços para um período futuro.	Postergação planejada do consumo
Adoção de novas tecnologias	Utilização de recursos tecnológicos para vencer os limites do isolamento social.	Modificou o comportamento de compras, e viabilizou: a comunicação, o teletrabalho, as aulas remotas, e o atendimento a consultas médicas por vídeo chamada.
Entrega em domicílio	Modalidade de compra onde o comprador recebe em sua residência o item adquirido.	Modificou o comportamento de compras. E evitou o deslocamento físico dos compradores ao estabelecimento comercial.
Diversidade de tarefas realizadas no domicílio	Devido ao isolamento domiciliar as pessoas demandaram diversas atividades em suas residências, tais como: alimentação, limpeza, trabalho, estudo, compras, socialização e lazer.	Exigiu adaptação de espaço limitado, gestão de tempo e autocuidados.
Utilização das redes sociais via internet	As redes conectadas a internet, permitiram a comunicação por meio de troca de mensagens, e chamadas por vídeo. São exemplos de redes sociais: <i>Facebook, twiter, WhatsApp, telegram, instagram.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Modificou o comportamento de compras. E possibilitou o contato entre amigos e familiares, garantiu a comunicação, e o compartilhamento de experiências e ações de solidariedade.</li> <li>✓ Aumento do consumo com smartphone, computadores e serviços de internet.</li> </ul>
Descoberta de talentos	É o desperta da criatividade para fazer coisas prazerosas. A descoberta de talentos foi favorecida pelo maior tempo em casa, onde foi possível as pessoas experimentarem e exercerem o aprendizado.	Resultou em aprendizado de fazer algo que antes era comprado, e no desenvolvimento de novas habilidades.

Fonte: J Sheth. (2020) Impact of Covid-19 on consumer behavior: will the old habits return or die? *J. Bus. Res.*, 117, 280-283. Doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.059.

De acordo com Batrancea (2021) o comportamento de consumo dos países que formam a União Europeia, modificou-se consideravelmente no período de dezembro de 2019 a outubro de 2020. Os resultados do referido estudo revelam que o Reino Unido, Irlanda, Espanha, Chipre, Malta e Portugal foram os países com maiores quedas no consumo familiar.

Do mesmo modo, o estudo de Hoke *et al* (2020) registra uma redução de 40 a 50% dos gastos das famílias britânicas durante a Covid-19. Esta redução concentrou-se nos serviços de varejo, restaurante e transporte. Corroboram com esse entendimento Pérez *et al* (2021), que identificaram nos primeiros seis meses da pandemia Covid-19 uma significativa redução do consumo com esse tipo de serviço na Espanha.

É mister destacar que o estudo de Baker *et al* (2020) associa a diminuição do consumo durante a pandemia Covid-19 nos Estados Unidos a dois fatores: o distanciamento social e a afiliação política dos consumidores. Para estes autores as modificações nos gastos das famílias americanas ocorreram à medida que os casos de infecção do vírus da Covid-19 começaram a se espalhar. O referido estudo apresenta evidências de aumento de gastos totais das famílias na primeira quinzena de março de 2020, e após esse período identifica uma redução nos gastos gerais, com exceção dos gastos com entrega de alimentos e gastos com mantimentos que aumentaram no período da pandemia.

Também, registam dados de redução de consumo nos Estados Unidos durante o período da pandemia Covid-19 os economistas Chetty *et al* (2020). Esses economistas criaram uma plataforma *online* para apresentarem dados diários dos Estados Unidos dos gastos de consumo das famílias, receitas de negócios, taxas de empregos e outros indicadores chaves para o entendimento do impacto económico da Covid-19. Os dados dessa plataforma registam queda acentuada do consumo no mês de março de 2020, e uma evolução crescente a partir da segunda quinzena do mês de abril de 2020 dos gastos totais das famílias. Também é possível constatar que nesse país houve aumento de gastos tanto nas famílias de baixa renda como das de alta renda. Quiçá tal aumento esteja relacionado ao aumento dos preços. Segundo Chetty *et al* (2020) os consumidores dos Estados Unidos reduziram drasticamente os gastos em meados de março de 2020, a alta renda reduziu os gastos em setores que exigiam interação presencial, e os pagamentos de estímulos a famílias de baixa renda foram fundamentais para garantir o consumo das famílias mais necessitadas.

De modo similar, a pandemia Covid-19 também reduziu o consumo com artigos de moda, constatação validada pelo estudo de Brydges, Retamal e Hanlon (2020). No sentido oposto a redução de consumo, o isolamento social da Covid-19 acarretou um aumento do consumo com energia residencial (García, *et al.*, 2021), e diminuição de consumo de energia industrial. Tal evidência é constatada por estudos realizados na Nigéria (Edomah & Ndulue, 2020), na China (Cheshmehzangi, 2020), nos Estados Unidos em Nova York (Chen, Rubens, Xu, & Li, 2020), e na Sérvia (Cvetković, Nešović, & Terzić, 2020).

É fato, que a redução de consumo desencadeada pela pandemia Covid-19, modificou comportamentos de consumo, e que tal redução pode gerar novos comportamentos de adoção de estilo de vida mais sustentáveis.

#### **4.3.5.1 Aumento do volume de compras**

Por certo, o aumento do volume de compras é entendido como o ato de adquirir uma quantidade de itens de consumo superior a normalmente adquirida, com a finalidade de formar estoque para consumo futuro.

De acordo com Sheth (2020) a estocagem de bens resulta na ação de compras realizadas por pânico, ou seja, as compras são motivadas pelo medo de que falte o item, ou, que o preço do produto aumente. Essa ação de compra desencadeia o comportamento de acumulação que somente pode ser praticado por pessoas com recursos financeiros para suportar a compra, ou seja, aquelas pessoas que não dispõem de recurso financeiros adicionais a sua sobrevivência não praticam a modalidade de compra por pânico (Akter, Ashrafi, & Waligo, 2021).

Importante assinalar que o *“comportamento de acumulação diferente da acumulação compulsiva; sendo definido como o ato de coletar e salvaguardar uma grande quantidade de bens (ou seja, mais do que o necessário para as necessidades presentes) para uso futuro”* (Chu, 2018). Este comportamento é instintivo e motivado pelo medo, porque a posse do bem traz consigo uma sensação de segurança e conforto ao praticante de que no futuro não precisará enfrentar problemas com a falta do item adquirido (Frost & Hartl, 1996).

As compras em pânico se destinam a formação de estoque de suprimentos prioritários e de produtos de despensa (Zwanka & Buff, 2021) que garantam a sobrevivência durante o

período de incerteza (Abbas & Kamel, 2020). Tal ação de entesouramento (Akter, Ashrafi, & Waligo, 2021) pode contribuir para a escassez (Kirk & Rifkin, 2020), desperdício (Landry & Smith, 2019; Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021) e consequente aumento dos preços (Ivanov, 2020) por interrupção na cadeia de suprimentos (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021). Neste sentido, o estudo de Vargas-Lopes e Cicatiello (2021) revela evidências sobre desperdício de alimentos no México no contexto da Covid-19 originada de compras de pânico, e o estudo de Cariappa *et al* (2021) registra o mesmo fato de ocorrência na Índia. Ao passo que o estudo de Ivanov (2020) atribui a esta modalidade de compras o resultado da falta de itens nos mercados e a elevação dos preços, como o que ocorreu no Reino Unido que registou a falta de papel higiênico e de massas, nas primeiras semanas do isolamento social da Covid-19.

Portanto, as compras em pânico acirram os problemas vivenciados por aquelas pessoas que não dispõem de recursos financeiros para a estocagem de itens essenciais, porque estas pessoas além dos problemas associados a poucos recursos financeiros precisam arcar com a indisponibilidade e elevação dos preços dos itens estocados por aqueles que dispõem de uma situação financeira vantajosa. Sendo assim, as compras em pânico desencadearam um problema aos menos favorecidos no contexto da Covid-19.

#### **4.3.5.2 Mudanças na forma de comprar**

A priori, assinala-se que as restrições de mobilidade exigidas para proteção do vírus *Sars Cov 2* revolucionaram os padrões tradicionais de comercialização e consumo (Itani & Hollebeek, 2021), e modificaram a logística de compras (Amicarelli & Bux, 2021). Isso ocorreu porque a prática do isolamento social inviabilizou a saída do consumidor aos centros comerciais, e fez surgir novas formas de comercialização, onde as compras deveriam ser efetivadas e entregues nas residências dos que estavam isolados. E neste caso a compra *online* com entrega em domicílio foi a alternativa viável que atendeu as necessidades de comercialização e consumo.

Inquestionavelmente a modalidade de compras *online* com entrega domiciliar aumentou durante a pandemia Covid-19 (Svajdova, 2021). Esta modalidade foi incentivada e considerada como um serviço essencial durante o isolamento social da Covid-19 (Pantano,

Pizzi, Scarpi, & Dennis, 2020) . Tal incentivo visava diminuir a concentração de pessoas em espaços fechados, dessa forma o uso da internet e das redes sociais favoreceram as ações de consumo durante a pandemia Covid-19.

O estudo realizado por Mason, Narcum e Mason (2021) encontrou evidências nos Estados Unidos sobre o aumento do uso das redes sociais durante a pandemia para realização de ações de consumo. De acordo com os referidos autores as redes sociais foram utilizadas para identificar necessidades de consumo, pesquisar informações de produtos e serviços, fazer comparações e avaliações, efetuar comprar, e comunicar níveis de satisfação pós-compras. Convém salientar que o mencionado estudo foi posteriormente aplicado na Índia (Mason, Brown, Mason, & Narcum, 2021), e que os resultados demonstraram também o aumento no uso das redes sociais entre os indianos, para realização de ações de consumo durante a pandemia Covid-19. Da mesma forma, Svajdova (2021) encontra evidências do aumento do volume de vendas por meio de canais *online* na República Checa.

Pelo exposto, fica evidente que as compras *online*, e a utilização das redes sociais viabilizaram o processo de consumo durante a pandemia Covid-19. E isso se deve ao fato da mitigação aos problemas de consumo associados a alteração de rotinas diárias e restrições impostas pelas medidas protetivas da Covid-19. E por fim, assinala-se a compreensão de Funk *et al* (2009) que concebe que em casos de surto de pandemia as mudanças comportamentais objetivam a proteção pessoal.

#### **4.3.6 Evidências de reflexões sobre as modificações de comportamento para o período pós-pandemia**

Primeiramente é importante assinalar que este apartado congrega reflexões sobre as possibilidades de acontecimentos no futuro pós-pandemia Covid-19. Este período será o tempo em que exista plena segurança que o vírus *Sars Cov 2* não causará mais danos a sociedade. Nesse sentido, assinala-se que durante a redação deste estudo a sub variante BQ.1 (variante da Ômicron) da Covid-19, exigia atenção e cuidados. Portanto, esta revisão foi construída durante o período da pandemia Covid-19, e as reflexões apresentadas são premissas baseadas em evidências de um tempo presente para um futuro.

Sem dúvida, o choque da pandemia Covid-19 gerou uma preocupação com o futuro (Svajdova, 2021). Porque o longo período da Covid-19 sinalizou a vulnerabilidade mundial de risco de futuras pandemias a um ritmo maior do que a capacidade de prevenção (GPMB, 2021, p. 14). Logo, é preciso atenção, porque os especialistas em saúde enfatizaram que devido a mudanças ambientais, outros vírus como o *Sars Cov 2* podem surgir a qualquer momento (Bae & Chang, 2020). Por conseguinte, refletir sobre o aprendizado da vivência da pandemia Covid-19 pode ser útil para responder a situações similares que podem ocorrer no futuro.

Importante também registrar que no decorrer da redação deste estudo, outro evento conflituoso abalou a sustentabilidade planetária. Trata-se da invasão russa à Ucrânia, que se iniciou no dia 23 de fevereiro de 2022 em pleno período da pandemia Covid-19. Essa guerra, que na data de hoje estende-se por mais de 1 ano, contabiliza danos incalculáveis ao ambiente, e assinala a fragilidade sistêmica diante de um conflito armado. Uma guerra causa momento de horrores, destruição, mortes, sofrimento humano, inibe oportunidades, aumenta a pobreza, afeta a biodiversidade, e assinala a vulnerabilidade a que todos estão expostos. De acordo com a ONU (2001) os danos causados ao meio ambiente por uma guerra seguirão afetando os ecossistemas, e se estenderão além das gerações atuais. Por esta razão é preciso compreender como “*mitigar a nossa vulnerabilidade*” para responder aos danos que conflitos armados atuais e futuros causam (Carmona, 2022), porque a paz é essencial a sustentabilidade.

De forma análoga, uma guerra e uma pandemia causam perdas humanas, ambos eventos ameaçam a vida e expõem a fragilidade do sistema. A Covid-19 expôs a fragilidade do sistema de saúde para suportar uma pandemia (Batrancea, 2021; Berry, Danaher, Aksoy, & Keiningham, 2020), a guerra na Ucrânia expôs a fragilidade do sistema para resolver conflitos (Carmona, 2022), e gerou uma crise energética que exigiu medidas para a redução do consumo de energia na Europa (Santos & Castro, 2022). Por tudo isso, e tendo por base o tema desse estudo, se constata que a reflexão sobre o comportamento de consumo no período pós-evento danoso é vital para o diálogo sobre mitigação de ocorrências de eventos similares no futuro. Entende-se que o aprendizado da vivência de uma situação que ameaça a vida pode construir uma identidade de consumo, e gerar novos comportamentos de consumo em direção a sustentabilidade.

De acordo com o Papa Francisco: “... *há crises, como a que estamos atravessando, que não podemos evitar. A pergunta é se vamos sair desta crise, e nesse caso, de que maneira. A regra básica é que nunca se sai igual de uma crise. Caso se passe por ela, sai-se melhor ou pior; mas nunca igual*” (Ivereigh, 2020). Assim sendo, percebe-se que toda a crise é uma oportunidade de aprendizado, e a pandemia Covid-19 deixará um legado que pode modificar condutas e comportamentos.

Indubitavelmente a pandemia Covid-19 fez o mundo enfrentar desafios sem preparação prévia (Akter, Ashrafi, & Waligo, 2021). Os danos económicos e sociais provocados pela Covid-19 podem estender-se por um longo período (Lusk & McFadden, 2021), impactando as próximas gerações. E com relação ao escopo desse estudo (comportamento de consumo) a pandemia da Covid-19 pode ser considerada como um evento transformacional que mudará futuros comportamentos de consumo. “*À medida que os consumidores se adaptarem ao novo normal, mesmo alguns dos piores momentos da pandemia podem trazer resultados positivos duradouros*” (Kirk & Rifkin, 2020). Porque esses resultados consolidam os esforços individuais de cada pessoa que vivenciou o longo período de pandemia, teve perdas de amigos, familiares, e aprendeu que preservar a vida é o que realmente importa. E neste sentido, as futuras ações de consumo podem direcionar-se ao “viver” e não mais ao “ter”, e ter por base a identidade de consumo pessoal construída pelo vivenciar dos problemas de consumo desencadeados pela Covid-19.

O fato é que a pandemia Covid-19 causou problemas ao consumo. De acordo com Mason *et al* (2021) quando uma pessoa reconhece um problema que atinge o seu consumo, a tendência natural é buscar uma solução para resolver o problema. Essa busca passa pelas seguintes etapas: reagir, empreender ações que permitam lidar com o problema, e adaptar a identidade de consumo as transformações vivenciadas (Kirk & Rifkin, 2020). Por esses entendimentos, é possível compreender que as decisões sobre problemas associados ao consumo são baseadas em reflexões que podem modificar futuros comportamentos, e que a vivência da pandemia Covid-19 pode ter despertado reflexões em algumas pessoas sobre a construção da sua identidade de consumo.

De acordo com Sheth (2020), Amicarelli e Bux (2021), Cariappa *et al* (2021), Kirk e Rifkin (2021), Klaver e Lambrechts (2021), e Itani e Hollebeek (2021) algumas modificações de comportamento de consumo podem ter sido incorporadas a identidade dos

consumidores e continuarem no período pós-pandemia. Assim sendo, em conformidade com Donthu e Gustafsson (2020, p. 288) após um surto de pandemia as pessoas tendem a se tornarem mais conservadoras e protetoras, e as experiências adquiridas da vivência da pandemia serão levadas ao longo da vida. Logo, as mudanças de comportamento de consumo da pandemia Covid-19 podem continuar após o término da pandemia.

Como já mencionado no apartado 4.3.3 deste estudo, existe um consenso na literatura pesquisada que no período da pandemia Covid-19 houve modificação de comportamento de consumo. E nesta perspectiva, Svajdova (2021) faz o seguinte questionamento: estas mudanças serão permanentes ou haverá retorno aos hábitos de compras antes da pandemia? Para responder esta pergunta assinala-se a compreensão de Sheth (2020) que entende que as pessoas retornam aos seus velhos hábitos de consumo quando as mudanças não são significativas nas suas vidas. Logo, somente o tempo dirá, se serão ou não, definitivas as mudanças de comportamento de consumo vivenciadas no período da Covid-19, a decisão irá depender da forma como cada pessoa construiu a sua identidade de consumo.

Algumas das modificações de comportamento de consumo, ocorridas na pandemia Covid-19, podem permanecer no período pós pandemia. É o caso da utilização de tecnologias digitais (Sheth, 2020). As modificações de comportamento de consumo, oriundas da Covid-19, podem ser um aprendizado que contribuirá para a sustentabilidade. Por exemplo, a interrupção da logística de compra de alimentos contribuiu para que algumas pessoas implementassem boas práticas de gestão de alimentos, tais como preparação de listas de compras e planejamento das suas refeições (Amicarelli & Bux, 2021). Estas práticas evitam o desperdício e a perda de alimentos, e uma vez comprovada a sua eficácia a tendência é incorporar ao comportamento de quem a praticou.

Da mesma forma, lições aprendidas com os choques provocados pela pandemia podem modificar padrões de consumo. “*Uma das lições que o COVID-19 nos ensinou foi restringir o consumo apenas aos itens necessários, principalmente alimentos*” (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021). Este ensinamento pode modificar padrões de consumo das pessoas que incorporarem tal lição a sua identidade de consumo. Outro aprendizado que pode reduzir o consumo oriundo da vivência do isolamento social da Covid-19 é o desenvolvimento de novas habilidades. Nesse ponto Kirk e Rifkin (2020) constataram que “*durante a pandemia, legiões de consumidores voltaram-se para projetos*

*de bricolagem e atividades domésticas, como cozinhar, assar, jardinagem, quebra-cabeças e noites de jogos em família*” (Kirk & Rifkin, 2020). Sem dúvida, a Covid-19 restringiu de forma severa a mobilidade (Nicola, *et al.*, 2020), e fez com que as pessoas ficassem nos seus lares. Tal restrição contribuiu para despertar em alguns, o aprendizado e o desenvolvimento de novos hábitos (Sheth, 2020).

De acordo com Kasser (2017) desenvolver habilidades e aprender a fazer coisas, gera autossuficiência e aumenta o sentimento de bem-estar. São exemplos de algumas atividades que podem ser executadas quando existe tempo e oportunidade: cultivar alimentos, cozinhar, consertar, aprender a tocar um instrumento ou um idioma. Essas atividades são consideradas pró-ambientais porque podem beneficiar a sustentabilidade ambiental (Klaver & Lambrechts, 2021).

Sem dúvida, a necessidade de proteção ao temerário vírus da Covid-19 despertou na sociedade diversos sentimentos, pensamentos e reflexão. Entre estes sentimentos está a importância da consciência de higiene, que resultou na prática de distanciamento social consciente e primazia por padrões de higiene. No entender de Itani e Hollebeek (2021) tal prática continuará existindo no período pós-covid-19 para aquelas pessoas que despertaram para a importância da higiene e do risco de grandes aglomerações.

Mister também registrar que a redução de consumo é um dos desafios à sustentabilidade (ODS n.º 12). E que se faz necessário avançar na construção de alternativas ao crescimento sustentável no período pós-pandemia Covid-19 que garantam a necessária transformação social e ecológica de resposta aos problemas ambientais (Taherzadeh, 2020). E neste sentido, percebe-se o consumo como um dos eixos a ser pautado como tema de relevância nos fóruns inclusivos de definição da agenda de recuperação econômica para o pós-covid-19.

Em conformidade com Koundouri (2020) o período pós-covid-19 deve ser compreendido como um momento de mudanças do atual modelo de desenvolvimento que não conseguiu reduzir os danosos efeitos da ação humana sobre o sistema planetário. Corrobora com esse entendimento Taherzadeh (2020) que prevê o risco de manter a humanidade num curso de destruição planetária, caso não haja responsabilidade para enfrentar a crise ecológica do período pós-covid-19. Ambos os autores entendem que

mudanças são necessárias para a sustentabilidade. E neste sentido Brydges *et al* (2020) assinala que mudanças que objetivam a sustentabilidade devem acolher a sinergia entre os desafios sociais e ambientais, e contemplarem as desigualdades estruturais. Pelo que se percebe que a diminuição dos padrões de consumo continuará a ser o grande desafio a ser enfrentado para garantir a saúde planetária no período precedente a pandemia Covid-19.

Isto posto, enfatiza-se que uma pandemia tem natureza imprevisível e atinge a todas as pessoas. “*As pandemias podem ser enquadradas como um choque tecnológico, choque político e choque financeiro*” (Saif, Ruan, & Obrenovic, 2021). Assim sendo, compreende-se que todo o choque exige adaptação das pessoas para suportar os efeitos causados pelo evento danoso, e essa adaptação pode gerar transformação de comportamento que podem ser levadas para o período pós-choque. Em sentido oposto Akter, Ashrafi e Waligo (2021) entendem que a intenção comportamental pode mudar após o término de uma pandemia. Ao que se acrescenta que isso ocorrerá caso os problemas sejam solucionados, e a modificação não seja percebida como um valor agregado a formação de identidade individual de cada pessoa que vivenciou a Covid-19.

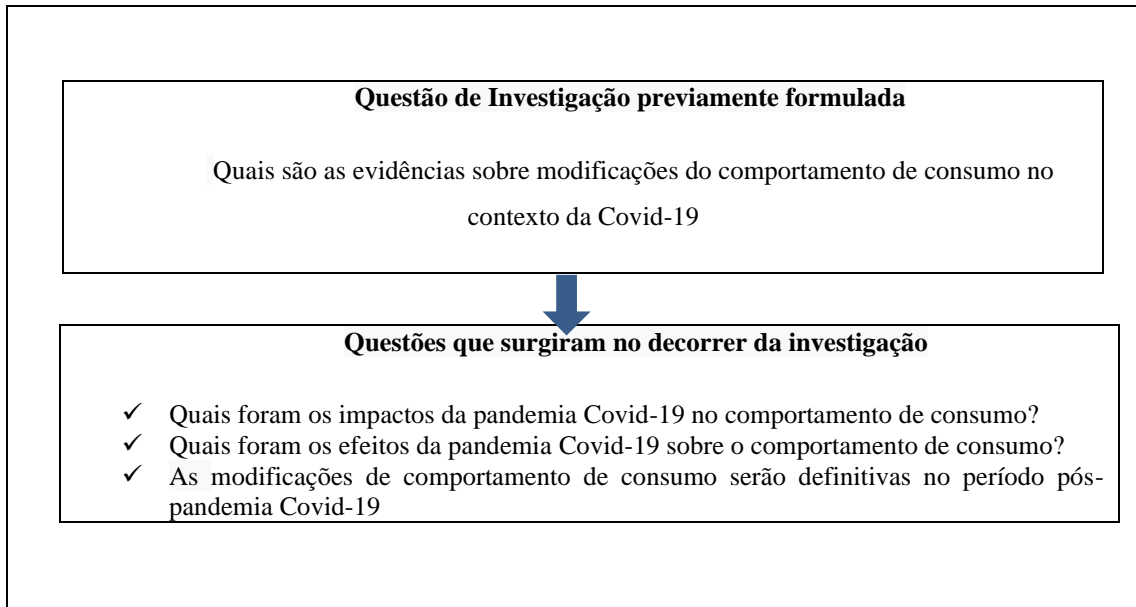
#### **4.4 Análise das evidências extraídas da revisão de literatura**

Em primeiro lugar assinala-se que esta revisão de bibliografia foi orientada para responder a uma questão de investigação previamente formulada, que no decorrer do estudo deu origem a mais três questionamentos. Assim sendo, pretende-se demonstrar neste apartado as evidências extraídas para as 04 (quatro) perguntas formuladas. O quadro 41 apresenta os questionamentos que nortearam a presente revisão.

Face ao exposto começar-se-á respondendo à primeira pergunta: quais foram os impactos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo? Encontrou-se evidências na literatura consultada que o comportamento de consumo foi impactado pela pandemia Covid-19 por ameaça as necessidades fisiológicas e de segurança, modificação de rotina, e perdas de postos de trabalho. Esses impactos causaram redução de renda, redução de

consumo e produção, e o aumento da utilização de tecnologias para efetivar ações de consumo.

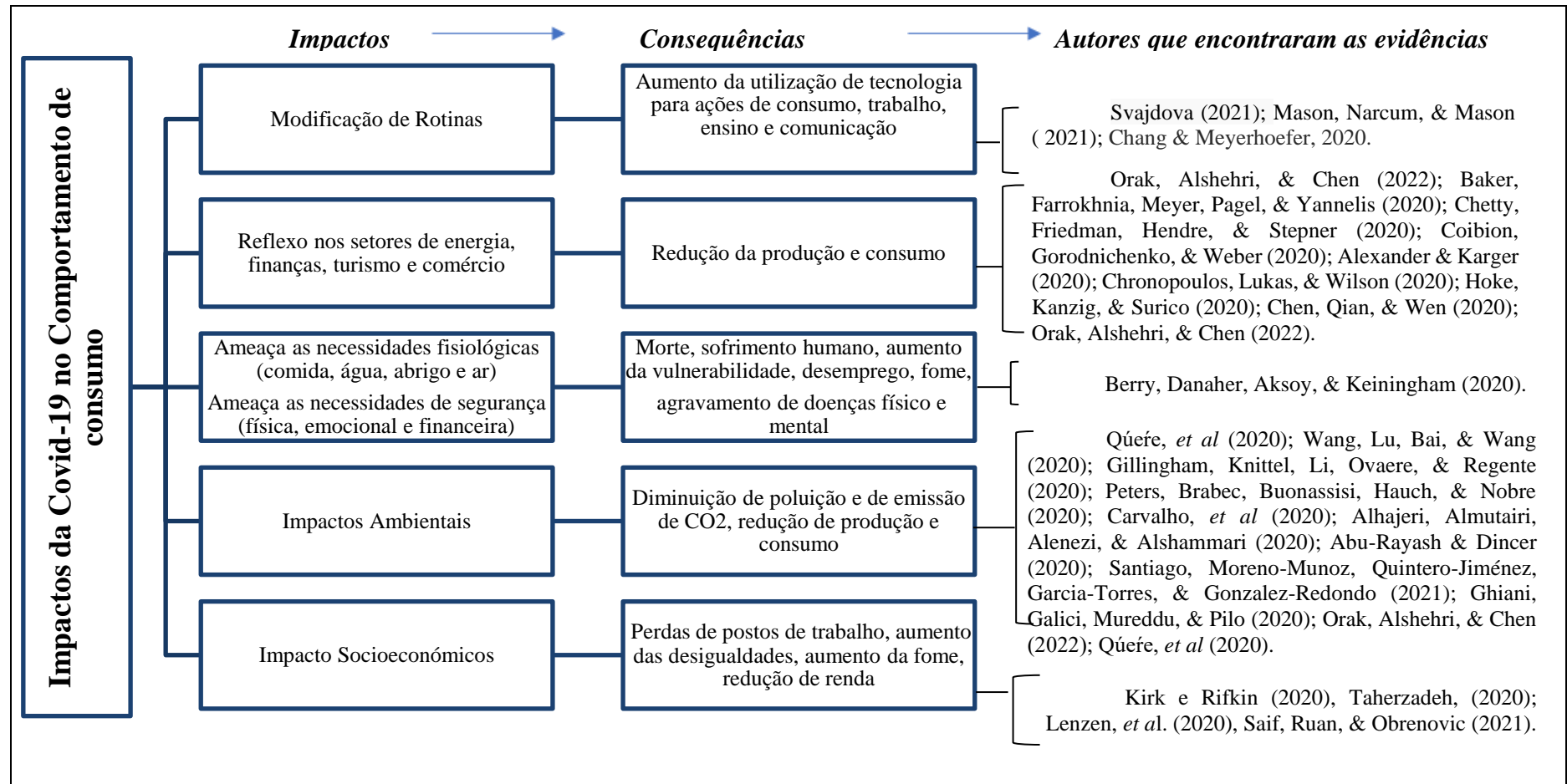
**Quadro 41 Questionamentos base da revisão de bibliografia**



As evidências encontradas nesta revisão de literatura sobre os impactos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo estão elencadas no quadro 42. Onde é possível perceber que esses impactos causaram melhorias ambientais, e danos a sustentabilidade. As melhorias ambientais são consequências da redução da poluição e emissões de CO<sub>2</sub> na atmosfera, e da redução de consumo e produção. E os danos a sustentabilidade causados pela Covid-19 decorrem de: perdas humanas, sofrimento humano, aumento da pobreza e das desigualdades, aumento de lixo de EPI, e da perda de postos de trabalho.

A seguir responde-se a segunda pergunta: quais foram os efeitos da pandemia Covid-19 sobre o comportamento de consumo? Os efeitos da Covid-19 no comportamento de consumo congregam as consequências da pandemia sobre as ações de consumo. Em outras palavras, os efeitos traduzem as diversas ocorrências da Covid-19 que exigiram das pessoas respostas para efetivar as suas ações de consumo.

Quadro 42 Impactos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo



O quadro 43 apresenta as evidências encontradas nesta revisão sobre os efeitos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo, e relaciona os fatores que causaram essas ocorrências. Por esse quadro é possível perceber que os problemas associados ao consumo desencadeados pela Covid-19 foram mais acentuados para aquelas pessoas em situação de vulnerabilidade, ou seja, a Covid-19 afetou de forma mais severa o consumo das pessoas em situação de vulnerabilidade social.

A terceira pergunta respondida nesse apartado é a pergunta que norteou a investigação da revisão de bibliografia. Esta pergunta foi: quais foram as evidências sobre as modificações de comportamento de consumo, ocorridas no contexto da Covid-19?

O quadro 44 enumera as evidências encontradas nos estudos utilizados nessa revisão de bibliografia sobre as ações de consumo que desencadearam modificações de comportamento no contexto da pandemia Covid-19. Essas ações representam a forma de modificação de comportamento que orientaram o ato de consumir durante a Covid-19, e estão listadas por autores que desenvolveram os estudos.

Salienta-se que as modificações de comportamento de consumo elencadas no quadro 44 retratam as ações de consumo praticadas pelas pessoas para solucionar os problemas de consumo provocados pela Covid-19, ações estas que antes da pandemia não eram praticadas. Em outras palavras, as modificações de comportamento de consumo no contexto da Covid-19 congregam esforços individuais para responder aos problemas de consumo desencadeados pela pandemia e assegurar a sobrevivência individual. E neste sentido, assinala-se que o tema comportamento de consumo é particular e subjetivo, porque exige a compreensão da inter-relação da situação socioeconômica de cada pessoa (Svajdova, 2021). Por esse entendimento, as ações apresentadas no quadro 44 são compreendidas como modificações comportamentais de cunho geral, ou seja, algumas pessoas podem ter empreendido uma ou outra ação, e outras, nenhuma, porém de forma geral essas foram modificações de consumo ocorridas no contexto da Covid-19.

**Quadro 43 Efeitos da Covid-19 sobre o Comportamento de Consumo e suas consequências**

<b>EFEITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Isolamento Social</li> <li>✓ Limitação da Mobilidade</li> <li>✓ Alteração de Rotina,</li> <li>✓ Redução de Renda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interrupção das Cadeias de Suprimentos</li> <li>✓ Inflação</li> <li>✓ Sentimento de Insegurança e Medo</li> <li>✓ Consciência sobre a necessidade de cuidados com a saúde, higiene e distanciamento social</li> </ul>
<b>CONSEQUÊNCIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insegurança alimentar</li> <li>✓ Aumento do consumo de alimentação residencial</li> <li>✓ Redução do consumo de alimentos em restaurantes, hotéis, serviços de entretenimento e viagens.</li> <li>✓ Desaceleração temporária no processamento de alimentos em virtude de doenças dos trabalhadores</li> <li>✓ Aumento dos problemas da fome</li> <li>✓ Desperdício Alimentar</li> <li>✓ Aumento de consumo com EPI</li> <li>✓ Aumento de compras <i>online</i></li> <li>✓ Ameaçou a sobrevivência humana dos mais pobres</li> <li>✓ Diminuição do consumo discricionário</li> <li>✓ Mobilização para realização de ações de solidariedade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Subsídio governamental para apoiar os mais vulneráveis</li> <li>✓ Redução no consumo com entretenimento e viagens</li> <li>✓ Aumento das taxas de utilização de poupança</li> <li>✓ Redução na média de horas trabalhadas.</li> <li>✓ Modificação na maneira de adquirir bens e serviços de consumo</li> <li>✓ Insegurança financeira</li> <li>✓ Aumento de compras de armas de fogo</li> <li>✓ Aumento de produção e descarte de EPI</li> <li>✓ Diminuição dos gastos com consumo</li> <li>✓ Aumento de consumo com serviços domiciliar requisitados pela comunidade que estava em isolamento social, tais como: alimentação, consertos, cuidados, entretenimento.</li> </ul>
<p><b>Referências sobre evidências dos efeitos da Covid-19 no Comportamento de Consumo</b></p> <p>Lusk e McFadden (2021); Amicarelli &amp; Bux (2021); Pantano, Pizzi, Scarpi, &amp; Dennis (2020); Berry, Danaher, Aksoy, &amp; Keiningham (2020); Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, &amp; Ramasundaram (2021); Schippers (2020); Horton (2020); Harris, Depenbusch, Amigo, Nair, &amp; Ramasamy (2020); Termeer, Brouwer, &amp; Boef, 2020; Ludvigson, Ma, &amp; Ng (2020); Coibion, Gorodnichenko, &amp; Weber( 2020); Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, &amp; Yannelis (2020); Baldwin (2020); Klaver e Lambrechts (2021); Itani &amp; Hollebeek (2021); Prata, Silva, Walker, Duarte, &amp; Rocha-Santos (2020); Voorhees, Fombelle, &amp; Bone (2020); Pérez, Aybar, &amp; Pavía (2021); Carvalho <i>et al</i> (2021), Chetty <i>et al</i> (2020); Cox <i>et al</i> (2020); Saif, Ruan, &amp; Obrenovic (2021); Chang &amp; Meyerhoefer (2020); Lusk &amp; McFadden, 2021; Batrancea( 2021); Chen, Rubens, Xu, &amp; Li (2020); Alexander e Karger (2020); Chronopoulos <i>et al</i> (2020); Andersen <i>et al</i> (2020); Carmo (2020).</p>	

**Quadro 44 Modificações de Comportamento do Consumo no Contexto da Covid-19**

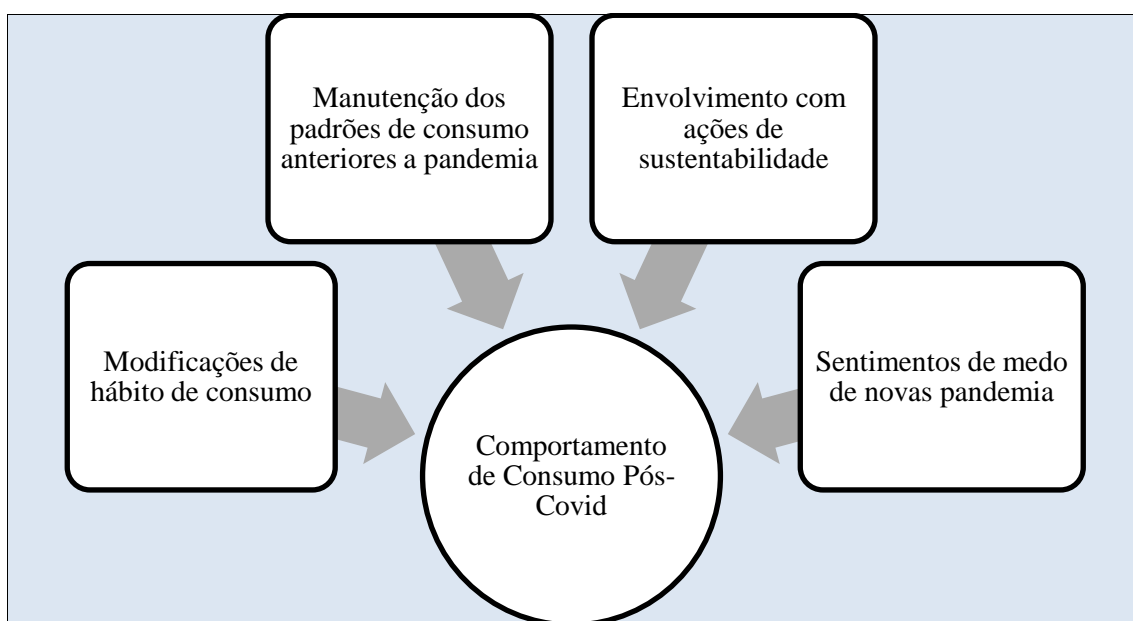
<b>Ação de Consumo</b>	<b>Autor (es)</b>
Compras em pânico	Donthu & Gustafsson (2020); Sheth (2020); Kirk & Rifkin (2020); Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram (2021); Vargas-Lopez, Cicatiello, Principato, & Secondi (2021).
Desenvolvimento de novas habilidades e improvisação de serviços antes contratados	Donthu & Gustafsson (2020); Sheth (2020).
Maiores cuidados com o local de residência	Donthu & Gustafsson, (2020)
Aumento do uso de canais <i>online</i> para ações de consumo	Mason, Brown, Mason, & Narcum, (2021); Mason, Narcum, & Mason, (2021); Donthu & Gustafsson, (2020); Baker, <i>et al.</i> , (2020); Svajdova, (2021); Sheth, (2020); Saif, Ruan, & Obrenovic, (2021); Chang & Meyerhoefer, (2020).
Redução dos gastos das famílias com consumo de serviços que estavam restritos pela paralisação	Donthu & Gustafsson, (2020); Hoke, Kanzig, & Surico, (2020); Pérez, Aybar, & Pavía, (2021); Baker, <i>et al.</i> , (2020); Chetty, Friedman, Hendren, & Michael, (2020); Chen, Rubens, Xu, & Li, (2020); Andersen, Hansen, Johannesen, & Sheridan, (2020); Cox, <i>et al.</i> (2020); Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, (2021).
Aumento de financiamento e encargos bancários oriundos de empréstimos	Hoke, Kanzig, & Surico, (2020).
Aumento do consumo com serviços de entrega de alimentos e suprimentos em domicílio	Baker, <i>et al.</i> , (2020); Sheth, (2020); Alexander & Karger, (2020).
Aumento de gastos totais das famílias nas primeiras semanas da pandemia	Baker, <i>et al.</i> , (2020); Chetty R., Friedman, Hendren, & Michael, (2020).
Modificação da composição da cesta de compras em função da alteração da rotina das famílias	Svajdova, (2021); Carvalho, <i>et al.</i> , (2020); Chetty, Friedman, Hendren, & Stepner, (2020); Cox, <i>et al.</i> , (2020); Hoke, Kanzig, & Surico, (2020)
Redução de frequência de compras	Svajdova, (2021); Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, (2021).
Redução da demanda por vestuários	Svajdova, (2021).
Adiamento de consumo	Sheth, (2020).
Diminuição do consumo discricionário e aumento de consumo de mantimentos	Chronopoulos, Lukas, & Wilson, (2020).
Modificação da dieta alimentar	Silva, <i>et al.</i> (2021); Abbas & Kamel (2020).
Aumento do consumo com energia residencial	Cox, <i>et al.</i> , (2020); Edomah & Ndulue, (2020); Cheshmehzangi, (2020); Chen, Rubens, Xu, & Li, (2020); Cvetković, Nešović, & Terzić, (2020); Abu-Rayash & Dincer (2020); Alhajeri, Almutairi, Alenezi, & Alshammari (2020).
Redução do consumo familiar	Batrancea (2021).
Consumo com equipamento de proteção individual	Pérez, Aybar, & Pavía, 2021.

A última pergunta que se apresenta é: as modificações de comportamento de consumo serão definitivas no período pós-pandemia Covid-19? A resposta é: as mudanças de comportamento de consumo vão depender da forma como cada pessoa construiu a sua identidade de consumo durante a vivência das restrições impostas pela pandemia.

O quadro 45 apresenta os fatores que formarão a identidade de consumo no pós-Covid-19. Algumas pessoas modificarão os seus hábitos de consumo porque na pandemia despertaram a consciência de higiene (Itani & Hollebeek, 2021), consciência de aprendizado da importância do bem viver (Carmo, 2020), e aprenderam a restringir o consumo aos itens necessários (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, & Ramasundaram, 2021; Carmo, 2020). Outras pessoas continuaram com os seus hábitos antigos de consumo, porque as modificações de consumo que adotaram no decorrer da pandemia Covid-19 não são mais necessárias (Kirk & Rifkin, 2020). Porém, o sentimento de medo de novas pandemias repercutirá nas decisões de consumo no futuro pós-Covid-19 (Svajdova, 2021; Bae & Chang, 2020).

No entanto, o envolvimento com ações de consumo direcionadas a sustentabilidade é um legado de todos aqueles que aprenderam a prática de gestão de alimentos (Amicarelli & Bux, 2021), e desenvolveram atividades pró-ambientais (Klaver & Lambrechts, 2021).

**Quadro 45 Formação de uma identidade de consumo no Pós-Covid-19**



E por fim, transcreve-se o poema Esperança do cubano Alexis Valdés, que viralizou na *internet*, sensibilizou o Papa Francisco e integrou o livro do Pontífice “Vamos Sonhar Juntos. Um caminho para um futuro melhor”. O referido livro contempla uma reflexão crítica sobre a solução dos problemas sociais vivenciados na era Covid-19. Nas palavras do Papa este poema “*ilustra o caminho para um futuro melhor...Deixemos que esta poesia e a sua beleza tenham a última palavra, nos ajudando a nos descentrar e a transcender, para que os nossos povos tenham vida*” (Ivereigh, 2020). Acredita-se que o principal aprendizado da Covid-19 foi que somos frágeis, e que o seu legado foi a esperança de poder viver uma vida com significado. E em se tratando de consumo, aprendemos que muito do que é consumido não é essencial, e podemos buscar estilos de vida sustentáveis.

#### “ESPERANÇA

Quando a chuva passar e se acalmarem os caminhos,  
Seremos sobreviventes de um naufrágio coletivo.  
Com o coração choroso e o destino abençoado  
Nos sentiremos sortudos apenas por estarmos vivos.

E daremos um abraço no primeiro desconhecido  
E louvaremos a sorte de conservar um amigo.  
E então nos lembraremos de tudo aquilo que perdemos  
De uma vez aprenderemos tudo o que não tínhamos aprendido.

E não teremos inveja, pois todos terão sofrido.  
E não teremos apatia, seremos mais compreensivos.  
Valerá mais o que é de todos, o que jamais conseguiram.  
Seremos mais generosos, e muito mais comprometidos.

Entenderemos o quanto significa estarmos vivos.  
Sentiremos empatia por quem está e por quem já se foi  
Admiraremos o velho que pedia dinheiro no mercado,  
Que não sabíamos o nome e que sempre esteve ao nosso lado,  
E talvez o velho pobre fosse Deus disfarçado.  
Nunca perguntamos o nome dele, porque estávamos com pressa.

E tudo será um milagre, tudo será um legado.  
E se respeitará a vida, a vida que nos foi dada.  
Quando a chuva passar, te peço Deus, arrependido.  
Que nos devolva coisas melhores, como tinhas sonhado para nós”  
(Alexis Valdés apud Ivereigh, 2020).

Em suma, almeja-se que o legado da Covid-19 seja a construção permanente de uma identidade de consumo voltada para a sustentabilidade.

## 5 DISCUSSÃO

Inicialmente neste apartado apresentar-se-á um comparativo entre os resultados obtidas com a revisão integrativa da literatura e os resultados da investigação realizada. Para tanto, discorrer-se-á sobre a comparação dos impactos, efeitos e modificações sobre o comportamento de consumo da pandemia Covid-19 extraídas desses dois estudos.

Com referência à comparação dos impactos da pandemia global Covid-19 sobre o comportamento de consumo dos sujeitos investigados, o quadro 46 relaciona as evidências encontrada na literatura e no estudo investigativo. A comparação dos dois estudos permite as seguintes constatações:

- a) Os impactos da pandemia Covid-19 são, como assinalados por Chetty *et al* (2020), heterogêneos, ou seja, a pandemia afetou de forma variada o comportamento de consumo das pessoas. Em específico, as pessoas de baixa renda (qualificação do objeto de estudo) enfrentaram problemas para manter o seu sustento numa rotina totalmente alterada pela Covid-19 com fortes impactos socioeconómicos.
- b) Os problemas de custeio do consumo na Covid-19 dos entrevistados foram amenizados pelas ajudas de programas sociais, e ações solidárias. Ações solidárias também foram praticadas por esses profissionais que realizaram compras e cuidados para amigos e familiares.
- c) As evidências levam a constatação que o uso de tecnologias foi essencial para efetivar ações de consumo, trabalho, ensino e comunicação. E a investigação realizada mostra que o uso de tecnologias exigiu o aprendizado para as pessoas que não tinham habilidades, e que o custo de aquisição dos equipamentos tecnológicos foi um problema para as pessoas com renda totalmente absorvida pelo consumo alimentar.

**Quadro 46 Análise comparativa dos resultados dos impactos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo da revisão integrativa da literatura com a investigação realizada**

<b>I M P A C T O S  D E  C O V I D  N O  C O M P O R T A M E N T O  D E  C O N S U M O</b>	<b>Modificação de Rotinas (impacto)</b>	<p><u>Evidências na Literatura</u> Aumento da utilização de tecnologia para ações de consumo, trabalho, ensino e comunicação</p>	<p><u>Perceção dos investigadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aumento do uso de tecnologias para contatos profissionais.</li> <li>➤ Aumento do consumo com equipamentos de informática e <i>smart phones</i> para viabilizar as ações de trabalho, ensino e comunicação.</li> <li>➤ Aprendizado do uso de tecnologias digitais.</li> <li>➤ Impossibilidade financeira de adquirir tecnologia.</li> </ul>
	<b>Reflexo em todos os setores económicos (impacto)</b>	<p><u>Evidências na Literatura</u> Redução da produção e consumo</p>	<p><u>Perceção dos investigadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Redução do consumo com atividades de lazer praticadas antes da pandemia (festas de aniversários, restaurantes, passeios em centros comerciais, encontros com amigos, shows e eventos religiosos).</li> <li>➤ Redução de compras de peças de vestuário, e consumo com serviços de estética.</li> </ul>
	<b>Ameaça as necessidades fisiológicas e ameaça as necessidades de segurança (impacto)</b>	<p><u>Evidências na Literatura</u> Morte, sofrimento humano, aumento da vulnerabilidade, agravamento de doenças físico e mental</p>	<p><u>Perceção dos investigadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tristeza pela morte de familiares e amigos.</li> <li>➤ Não praticaram o isolamento social porque trabalharam durante a pandemia, e conviveram com o sentimento de medo e incertezas.</li> <li>➤ Aumento do consumo com medicamentos.</li> </ul>
	<b>Impactos Ambientais e socioeconómicos</b>	<p><u>Evidências na Literatura</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diminuição de poluição e de emissão de CO<sub>2</sub>, redução de produção e consumo.</li> <li>➤ Perdas de postos de trabalho, aumento das desigualdades, aumento da fome, redução de renda.</li> </ul>	<p><u>Perceção dos investigadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aumento dos gastos familiares em virtude do aumento do núcleo familiar causado pelo acolhimento de familiares que não conseguiram arcar com os gastos de aluguel.</li> <li>➤ Redução de consumo com lazer.</li> <li>➤ Dependência de ajudas solidárias para alimentação.</li> <li>➤ Redução da renda em virtude do aumento de pessoas que passaram a exercer a profissão de profissional liberal.</li> <li>➤ Perda de postos de trabalho em virtude do serviço prestado não ser considerado essencial.</li> </ul>
<p>Nota: Os autores dos estudos que relatam as evidências mencionadas neste quadro estão registados no quadro 42 (apartado 4.4).</p>			

Sumamente, entende-se que os resultados obtidos com a investigação realizada dos reflexos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande-RS estão alinhados com as evidências extraídas na revisão de literatura. E neste sentido, é importante assinalar que o setor mais afetado pelos impactos da pandemia foi de acordo com Cox *et al* (2020) o setor de lazer, que inclui as atividades de viagens, restaurantes, hotéis, teatro, shows culturais. E que a utilização desses serviços exige disponibilidade financeira. Assim sendo, Carvalho *et al* (2021) e Hoke *et al* (2020) constata uma maior redução de consumo com atividades de lazer para as famílias com maior poder aquisitivo. No entanto, ressalta-se que o objeto de estudo que vivencia uma realidade de baixa renda também reduziu o consumo com atividades de lazer.

Com relação aos efeitos da pandemia Covid-19 sobre o comportamento de consumo, constata-se que os resultados obtidos com a investigação realizada são análogos à evidências registradas nos estudos apresentados na revisão integrativa da literatura. No quadro 47 se apresenta a comparação dos dois estudos sobre as consequências dos impactos da pandemia Covid-19 no comportamento de consumo.

Outrossim, se enfatiza algumas constatações obtidas com a comparação dos resultados sobre as consequências dos impactos da Covid-19 no comportamento de consumo dos investigados elencadas no quadro 47. Estas constatações são:

- a) A inflação e a perda de postos de trabalho afetaram diretamente a disponibilidade financeira das pessoas que tinham a sua renda comprometida com o custeio do consumo familiar e que não tinham reserva financeira. E que mesmo antes da pandemia os entrevistados já enfrentavam problemas de baixa renda para suportar o custeio do seu consumo.
- b) A falta de oferta de postos de emprego e a necessidade de custear o consumo, levou pessoas que tinham alguma habilidade profissional para o exercício de uma atividade profissional independente. E este fato aumentou a concorrência de oferta de trabalho e reduziu os preços dos serviços ofertados.
- c) Os investigados não são pessoas que disponham de renda que possibilite a formação de uma poupança, dessa forma todo o efeito que impacte a sua renda, reduzirá a sua disponibilidade financeira para custear o seu consumo.

- d) A prioridade do consumo dos entrevistados é a alimentação familiar e a manutenção do consumo dos gastos necessários ao exercício da sua atividade profissional. Essas pessoas têm demanda de consumo não suprimida em função de sua parca renda, ou seja, os entrevistados identificam itens de consumo em falta que não são adquiridos por falta de recursos financeiros.
- e) Para os entrevistados existe uma diferença entre os itens de consumo considerados em falta e os itens de consumo desejados. Os primeiros são itens que necessitariam de imediato para melhor viverem, como um equipamento de informática, uma ferramenta, um eletrodoméstico, um móvel para a residência. E os segundos são os itens de consumo almejados, como um sonho, tais como: casa própria, viagens, sítios, automóveis.

Através da análise dos resultados das consequências dos efeitos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo, compreende-se que não existem distorções significativas entre os resultados das evidências dos estudos relatados na revisão integrativa da literatura e os resultados da investigação realizada. Tal compreensão tem relação com a interpretação de Berry *et al* (2020) e Cariappa *et al* (2021) que entendem que os danos causados pela pandemia Covid-19 afetaram toda a sociedade, causaram danos emocionais, perdas humanas, insegurança financeira e ameaçaram a subsistência das pessoas mais vulneráveis.

No tocante a comparação das evidências sobre as modificações de comportamento de consumo no contexto da Covid-19 da revisão integrativa da literatura com a investigação realizada percebe-se sutil diferença entre os resultados dos dois estudos. Esta diferença é devida aos problemas de consumo que enfrentam as pessoas de baixa renda, essas pessoas não modificaram algumas ações de consumo no contexto da pandemia porque não dispunham de recursos financeiros para suportar a ocorrência. Este é o caso, por exemplo das compras em pânico, e do consumo discricionário.

**Quadro 47 Comparação das evidências dos efeitos da Covid-19 sobre o Comportamento de Consumo e suas consequências**

<b>Efeitos da Covid-19 sobre o comportamento de consumo</b>	
<p style="text-align: center;"><u><i>Evidências na Literatura</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Isolamento Social</li> <li>✓ Limitação da Mobilidade</li> <li>✓ Alteração de Rotina</li> <li>✓ Redução de Renda</li> <li>✓ Interrupção das Cadeias de Suprimentos</li> <li>✓ Inflação</li> <li>✓ Sentimento de Insegurança e Medo</li> <li>✓ Consciência sobre a necessidade de cuidados com a saúde, higiene e distanciamento social</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u><i>Percepção dos investigados</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Exercício da atividade profissional respondendo a demanda pelos serviços ofertados pelas pessoas que praticavam o isolamento social</li> <li>✓ Necessidade de levar alimentação para o trabalho.</li> <li>✓ Alta dos preços de alimentos, alta do preço dos insumos e itens de consumo associados a atividade profissional</li> <li>✓ Redução de renda</li> <li>✓ Aumento do núcleo familiar</li> <li>✓ Medo do contágio pela Covid-19.</li> <li>✓ Utilização de EPI</li> </ul>
<b>Consequências dos Efeitos da Covid-19 sobre o Comportamento de Consumo</b>	
<p><u><i>Evidências na Literatura</i></u></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insegurança alimentar</li> <li>✓ Aumento do consumo de alimentação residencial</li> <li>✓ Redução do consumo de alimentos em restaurantes, hotéis, serviços de entretenimento e viagens.</li> <li>✓ Desaceleração temporária no processamento de alimentos em virtude de doenças dos trabalhadores</li> <li>✓ Aumento dos problemas da fome</li> <li>✓ Desperdício Alimentar</li> <li>✓ Aumento de consumo com EPI</li> <li>✓ Aumento de compras online</li> <li>✓ Ameaçou a sobrevivência humana dos mais pobres</li> <li>✓ Diminuição do consumo discricionário</li> <li>✓ Mobilização para realização de ações de solidariedade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Subsídio governamental para apoiar os mais vulneráveis</li> <li>✓ Redução no consumo com entretenimento e viagens</li> <li>✓ Aumento das taxas de utilização de poupança</li> <li>✓ Redução na média de horas trabalhadas.</li> <li>✓ Modificação na maneira de adquirir bens e serviços de consumo</li> <li>✓ Insegurança financeira</li> <li>✓ Aumento de compras de armas de fogo</li> <li>✓ Aumento de produção e descarte de EPI</li> <li>✓ Diminuição dos gastos com consumo</li> <li>✓ Aumento de consumo com serviços domiciliar requisitados pela comunidade que estava em isolamento social, tais como alimentação, consertos, cuidados, entretenimento.</li> </ul>
<p><u><i>Percepção dos investigados</i></u></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Demanda pela atividade profissional no período de isolamento social</li> <li>❖ Necessidade de empreender atividade profissional de trabalhador independente para manter o consumo alimentar</li> <li>❖ Preocupação em manter o custeio do consumo alimentar e garantir a sobrevivência familiar.</li> <li>❖ Preocupação com a alta dos preços</li> <li>❖ Renda insuficiente para a formação de poupança</li> <li>❖ Aumento do núcleo familiar</li> <li>❖ Renda complementada com ajudas solidárias e programas sociais.</li> <li>❖ Aquisição de itens de consumo em acordo com a disponibilidade financeira</li> <li>❖ Aumento do endividamento para manter o consumo familiar.</li> <li>❖ Realização de atividades solidárias de compras e cuidados para amigos e familiares.</li> </ul>	
<p>Nota: Os autores dos estudos que relatam as evidências mencionadas neste quadro estão registados no quadro 43 (apartado 4.4).</p>	

De acordo com Akter *et al* (2021) a ação de compras em pânico é praticada apenas por aquelas pessoas que vivenciam uma situação de posse de recursos financeiros adicionais a sua sobrevivência. E em conformidade com os resultados apresentados pela investigação realizada constata-se que essa não é a situação vivenciada pelo objeto de investigação. Dessa forma, as pessoas com baixa renda não praticam compras em pânico, e também não têm recursos financeiros que permitam o consumo discricionário.

O quadro 48 apresenta o comparativo do resultado sobre as modificações do comportamento de consumo no contexto da Covid-19 obtidas na revisão integrativa da literatura e na investigação realizada.

Constata-se que as modificações de comportamento de consumo, ocorridas no contexto da Covid-19 elencadas no quadro 48 são ações de mitigação aos problemas de consumo enfrentados no período da Covid-19. E que os sujeitos de pesquisa, desde antes da pandemia, priorizavam o consumo alimentar e o consumo associado à manutenção da atividade profissional. Percebe-se que para essas pessoas, as ações de consumo não se modificaram durante a Covid-19 com a mesma intensidade que para as pessoas que vivenciam uma situação de renda superior as suas necessidades de consumo.

Sem embargo, os investigados custeiam o seu consumo com baixa renda, priorizam o consumo alimentar porque é essencial assegurar a sobrevivência familiar, e são arrimos de família. E aqueles que têm custos agregados à sua atividade profissional (suprimentos para animais, manutenção de equipamentos, transporte) precisam priorizar o custeio desse consumo para manter a atividade profissional exercida, e conseqüentemente obter renda. Dessa forma a renda dos investigados é absorvida totalmente pelo consumo de alimentos e manutenção da atividade profissional. Nesse sentido importante destacar a teoria de Engel que tem por base o seguinte fundamento: “*quanto menor for o rendimento de uma família, maior tenderá a ser a proporção dos seus rendimentos gasta em alimentação e menor será a proporção dos rendimentos gasta em cultura, lazer e gastos diversos*” (Engel, 1857). Assim, percebe-se que o alimento é a prioridade de consumo porque assegura a sobrevivência, e as demais necessidades somente serão perseguidas se houver renda que suporte o seu custeio.

Quadro 48 comparativo Modificações de Comportamento do Consumo no Contexto da Covid-19

<u>Evidências na Literatura</u>	<u>Resultados da Investigação</u>
❖ Compras em pânico	❖ Um produtor rural registrou que no início da pandemia comprou estoque de suprimentos alimentares para seus animais com medo de que faltasse
❖ Desenvolvimento de novas habilidades e improvisação de serviços antes contratados	❖ Foi identificado o aprendizado de cuidados estéticos, a feitura de doces e salgados, concertos, cultivo de horta, e plantio de flores.
❖ Maiores cuidados com o local de residência	❖ Todas as entrevistas foram realizadas nas residências dos entrevistados, e não foi identificado nenhum descuido que merecesse registro.
❖ Aumento do uso de canais <i>online</i> para ações de consumo	❖ Apenas três entrevistados registraram o uso da internet para compras de itens de consumo. Os demais efetuaram suas compras de forma presencial.
❖ Redução dos gastos das famílias com consumo de serviços que estavam restritos pela paralisação	❖ Houve registro de redução de consumo com eventos festivos, passeios em centros comerciais, saídas para restaurante, shows culturais, e eventos religiosos.
❖ Aumento de financiamento e encargos bancários oriundos de empréstimos	❖ A maioria dos entrevistados (80,95%) tem sua renda comprometida com pagamento de empréstimos bancários. ❖ Constatado que um dos entrevistados não conseguiu pagar suas dívidas e não tem crédito, razão pela qual o mesmo utiliza cartão de crédito de familiares para efetivar suas ações de consumo.
❖ Aumento do consumo com serviços de entrega de alimentos e suprimentos em domicílio	❖ Não foi o caso da maioria dos entrevistados (85,71%) que efetuaram suas compras de forma presencial durante a pandemia Covid-19.
❖ Aumento de gastos totais das famílias nas primeiras semanas da pandemia	❖ Não foi o caso dos entrevistados, apenas 1 produtor rural manifestou a compra de estoques de ração e suprimentos nas primeiras semanas da pandemia para seus animais de criação.

(continua pág. 125)

### Modificações de Consumo no Contexto da Covid-19

<u>Evidências na Literatura</u>	<u>Resultados da Investigação</u>
❖ Modificação da composição da cesta de compras em função da alteração da rotina das famílias	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Aumento do consumo alimentar e gastos de energia por aumento do núcleo familiar.</li><li>❖ Diminuição do consumo com carne bovina</li><li>❖ Substituição de produtos por similares de menor preço</li><li>❖ A modificação da composição da cesta de compras foi em função da alta de preços.</li><li>❖ Foi identificado por três entrevistados o consumo de equipamentos de informática para garantir o estudo dos filhos e facilitar o contato com clientes.</li><li>❖ Aumento dos gastos com consumo de entretenimento online.</li></ul>
❖ Redução de frequência de compras	❖ As compra são realizadas em função da necessidade do produto e da existência do recurso financeiro, e isso já ocorria antes da pandemia.
❖ Redução da demanda por vestuários	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Na Covid-19 houve redução de compras de peças de vestuário.</li><li>❖ O consumo de peças de vestuário foi priorizado para as crianças.</li><li>❖ Antes da pandemia já existia a opção por compra de peças de vestuário de segunda mão para 14 entrevistados. E também foi registado o recebimento de peças de vestuário recebidas de ações de solidariedade para 5 dos entrevistados.</li></ul>
❖ Adiamento de consumo	❖ O consumo dos entrevistados é limitado pela disponibilidade financeira desde antes da pandemia. Os entrevistados percebem os itens de consumo em falta, mas priorizam o consumo alimentar e os gastos associados a atividade profissional.
❖ Diminuição do consumo discricionário e aumento de consumo de mantimentos	❖ Os entrevistados não são pessoas que tem renda que suporte o consumo discricionário.
❖ Modificação da dieta alimentar	❖ Em função da alta de preços os entrevistados substituíram alimentos por marcas similares, e alternaram o consumo de proteínas de menores preços.
❖ Aumento do consumo com energia residencial	❖ Ocorrência em função do maior tempo em casa das crianças, e da utilização de tecnologias para ensino, comunicação, entretenimento e contatos profissionais.
❖ Redução do consumo familiar	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Ocorreu em virtude do aumento de preço dos alimentos e da redução de renda.</li><li>❖ Houve aumento do consumo familiar para aquelas famílias que abrigaram familiares durante a pandemia.</li></ul>

Nota: Os autores dos estudos que relatam as evidências mencionadas neste quadro estão registados no quadro 44 (apartado 4.4).

E por fim ressalta-se que o futuro pós-covid-19 será a época em que a sociedade tenha encontrado maneiras de defender-se das ameaças da pandemia. E as modificações de comportamento de consumo ocorridas, durante a Covid-19 poderão ser ou não permanentes, isso irá depender das reflexões individuais construídas pela vivência dos limites impostos pela pandemia.

O quadro 49 relata a comparação das reflexões encontradas na literatura e a percepção dos entrevistados sobre o consumo no período pós-Covid-19.

Analisando as reflexões elencadas no quadro 49 percebe-se que o futuro pós-Covid-19 na percepção dos investigados congrega temores que os danos sociais, económicos e ambientais provocados pela pandemia se estendam por muito tempo. Ao passo que as reflexões que emergiram da revisão integrativa são favoráveis ao despertar social de uma consciência pró-ambiental que surge como um legado da Covid-19.

**Quadro 49 Comparação das reflexões sobre o consumo no período pós-Covid-19**

<u><i>Reflexões encontradas na Literatura</i></u>	<u><i>Percepção dos Entrevistados</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Despertou na sociedade à consciência de higiene (Itani &amp; Hollebeek, 2021)</li> <li>❖ Fomentou a consciência de aprendizado da importância do bem viver (Carmo, 2020)</li> <li>❖ Restrição do consumo aos itens necessários (Cariappa, Acharya, Adhav, Sendhil, &amp; Ramasundaram, 2021; Carmo, 2020)</li> <li>❖ Volta aos hábitos anteriores a pandemia em caso de a opção individual ser mais favorável (Kirk &amp; Rifkin, 2020)</li> <li>❖ O sentimento de medo de novas pandemias repercutirá nas decisões de consumo no futuro pós-Covid-19 (Svajdova, 2021; Bae &amp; Chang, 2020).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Poucas mudanças</li> <li>❖ Aumento do desemprego</li> <li>❖ Aumento da violência</li> <li>❖ Aumento dos preços</li> <li>❖ Tudo vai voltar ao normal</li> <li>❖ Compras realizadas de forma exagerada</li> <li>❖ Desejo de mudanças sem especificar em que sentido</li> <li>❖ Um período difícil de adaptação as perdas provocadas pela Covid-19.</li> <li>❖ Um novo normal com o aprendizado do período da pandemia, pessoas melhores e consumo em função da utilidade do bem.</li> </ul>

Por fim, entende-se que as ações de consumo no período pós-covid-19 irão depender da forma como a identidade de consumo individual de cada pessoa foi construída na vivência da pandemia.

## 6 CONCLUSÃO

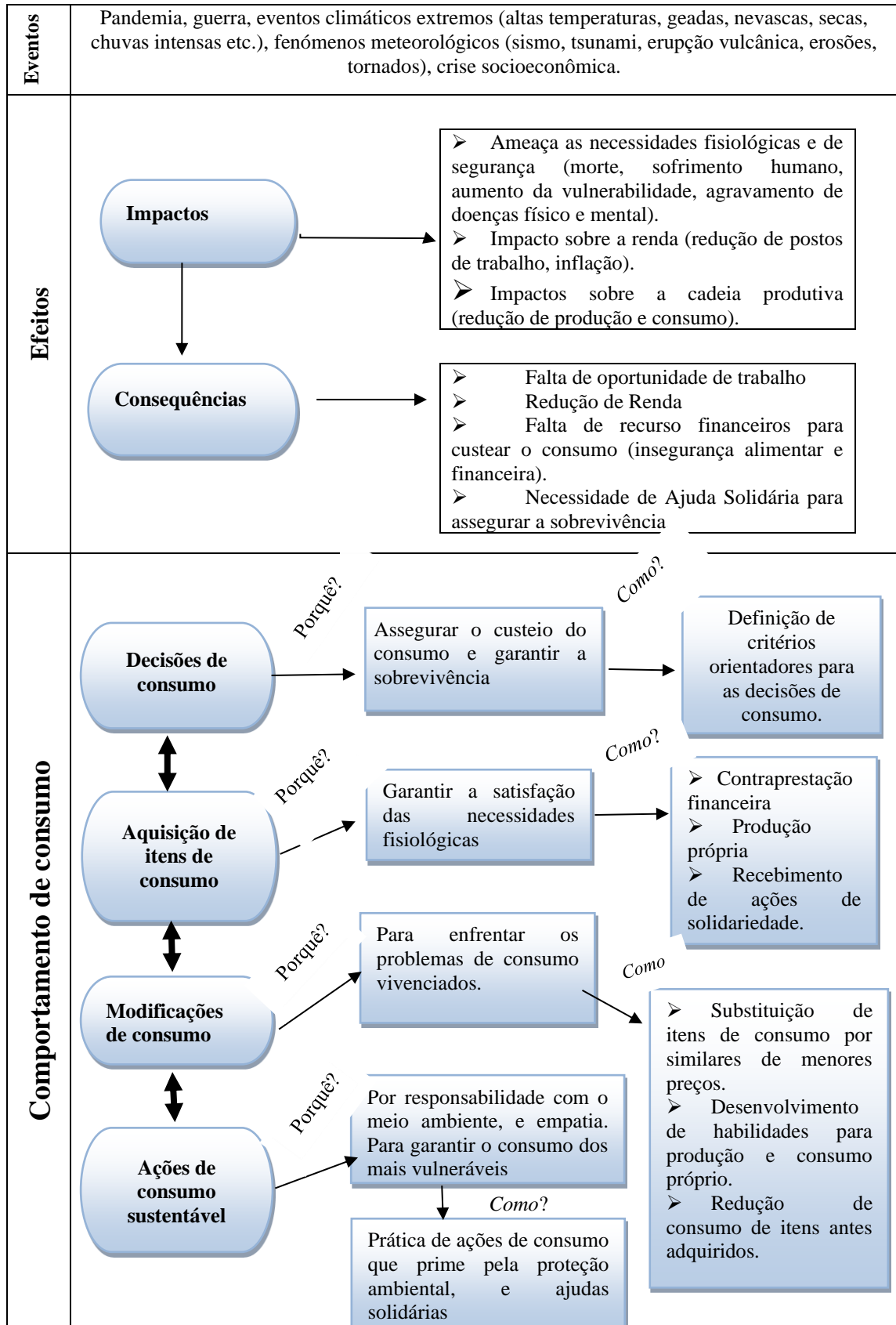
Mormente, percebe-se que a conclusão de um estudo investigativo de cunho qualitativo, orientado pela metodologia da teoria fundamentada em dados empíricos, tem por finalidade registrar as lições extraídas do universo real sobre o tema estudado. Lições essas que são compreendidas por essa investigadora como saberes externados pelas pessoas que vivenciam o problema. E neste apartado registrar-se-ão as conclusões obtidas com o estudo realizado.

### 6.1 Modelo de comportamento de consumo em tempos de incerteza

De forma singular espera-se que um estudo de tese doutoral apresente uma contribuição a academia, que fomente diálogos sobre a compreensão dos problemas que envolvem o fenômeno estudado. Assim sendo, este estudo também deve apresentar uma contribuição para os estudiosos da sustentabilidade que se dedicam a encontrar soluções aos problemas socioambientais.

A contribuição apresentada por este estudo tem por base um modelo de comportamento de consumo para situações de incerteza que emergiu das informações reveladas pela investigação de campo realizada. Este modelo está demonstrado no quadro 50. Apresenta-se este modelo porque da pandemia Covid-19, considerada por Addison *et al* (2020) e Cohen (2020) como uma crise mundial de calamidade pública, sobressaiu a fragilidade do sistema económico em enfrentar os danos causados por um evento extremo que modificou rotinas. E neste sentido, Donthu e Gustafsson (2020) alertam que as pandemias e catástrofes continuarão a acontecer. E conseqüentemente afetarão o mercado de trabalho, reduzindo a oferta de empregos e a segurança alimentar como ocorreu com a pandemia Covid-19. Portanto, o consumo será afetado na ocorrência desses futuros e incertos eventos danosos, como foi com a Covid-19, e seus efeitos poderão se estender as futuras gerações. E como lembra o Papa Francisco ninguém estará imune aos danosos efeitos socioeconómicos de crises inevitáveis (Ivereigh, 2020).

**Quadro 50 Modelo Comportamento de consumo em tempos de incertezas**



De acordo com o modelo apresentado o comportamento de consumo deve ser pautado em reflexões constantes que garantam a melhor decisão sobre as ações de consumo praticadas, porque as consequências das ações de consumo que são tomadas diariamente tem dimensão financeira e ambiental. A dimensão financeira está associada à existência de disponibilidades financeiras que garantam a aquisição dos itens ou serviços de consumo. A dimensão ambiental contempla os efeitos sobre o meio ambiente das ações de consumo executadas quotidianamente. Portanto, o comportamento de consumo pautado em reflexões, objetiva a maximização dos recursos financeiros e a minimização dos danos ao meio ambiente causados pelas ações de consumo.

Assim, o modelo apresentado tem por base as reflexões que norteiam as decisões de consumo, e foi construído pelas informações que emergiram da investigação de campo realizada. Onde foi possível constatar com os inquiridos a importância de pensar o ato da aquisição do consumo para assegurar a sobrevivência alimentar. Este discernimento é a base que norteia as decisões de aquisição de consumo, e pode resultar em modificações de comportamento para mitigar os efeitos provocados pelo evento danoso, e garantir o custeio do consumo familiar. Também se constatou que as ações de consumo sustentável resultam de práticas de ações de consumo que primem pela proteção ambiental e cuidados com os mais vulneráveis.

De forma concisa o modelo de comportamento de consumo que surge desse estudo, está ancorado na reflexão quotidiana sobre toda a ação de consumo, sendo formado pela inter-relação de quatro unidades de análises (categorias) que emergiram da investigação de campo realizada com pessoas que custeiam seu consumo com baixa renda.

A primeira categoria refere-se às decisões de consumo que devem ser empreendidas, segundo critérios preestabelecidos que primem pela real necessidade do item a ser adquirido, e evite desperdício financeiro com a aplicação em itens de consumo desnecessários que possam vir a afetar a segurança financeira essencial ao custeio de sobrevivência.

De forma determinante a segunda categoria congrega as ações de aquisição de consumo essenciais a satisfação das necessidades. Essas ações para serem efetivadas exigem disponibilidade financeira, habilidade para produção própria, ajudas solidárias oriundas de empatia social e políticas governamentais. Importante destacar que a produção própria reduz

os custos de aquisição, e que as ajudas solidárias são iniciativas que visam assegurar o consumo de sobrevivência dos mais vulneráveis que vivenciam situações de insegurança financeira.

A terceira categoria do modelo apresentado congrega as modificações de comportamento de consumo, que são adotadas para contornar os problemas de consumo vivenciados, e garantir ações de consumo que permitam a satisfação das necessidades de sobrevivência familiar. E considerando que a reflexão é a base de sustento das decisões de consumo, é possível que o comportamento de consumo se altere e que itens de consumo antes adquiridos sejam considerados desnecessários, ou que novos hábitos sejam adquiridos como por exemplo produzir ao invés de comprar um determinado item de consumo.

A quarta categoria revela a prática individual de ações de consumo sustentável, e tem por fundamento as reflexões que orientam as ações de consumo praticadas no cotidiano.

Portanto, o modelo de comportamento de consumo apresentado neste apartado tem por base a reflexão constante dos efeitos de cada ação de consumo a ser empreendida. Porque é o juízo formado pós reflexão da ação de consumo que determinará o resultado de cada uma das quatro categorias de análise elencadas no modelo. Esse modelo tem utilidade para quem desejar refletir sobre o seu consumo, e praticar o exercício do consumo com responsabilidade ambiental, porque toda a ação de consumo reflete em toda a sociedade.

Concisamente, o modelo proposto tem por base os conceitos teóricos que emergiram da investigação realizada, que não diferem da teoria económica neoclássica do consumidor. Essa teoria tem por base o princípio de que as ações de consumo são praticadas de forma racional visando a maximização da satisfação de necessidades e a minimização dos gastos, e são limitadas à capacidade orçamentária (Carrera-Fernandez, 2009). No entanto, o modelo apresentado se baseia na reflexão sobre os efeitos económicos e ambientais das ações de consumo, e a referida teoria aborda apenas a questão financeira das decisões de consumo. Dito de outra forma, no modelo proposto o consumo é orientado pelo ato de reflexão de cada ação de consumo praticada, onde as decisões de consumo são pautadas na real necessidade e na prática de ações de consumo sustentável. Ao passo que na teoria económica as decisões de consumo são pautadas na racionalidade financeira individual, sem considerar que ações de solidariedade podem garantir o consumo dos que enfrentam a insegurança financeira.

## **6.2 Contribuição dos inquiridos sobre o exercício da atividade independente para custeio do consumo**

Importante destacar que esta contribuição emergiu do ensinamento ofertado pelas pessoas que deram voz a este estudo, que foi orientado pela teoria fundamentada. Estas pessoas custeiam o seu consumo com a renda obtida de uma atividade profissional de baixa remuneração, priorizam o consumo alimentar e o consumo de manutenção de sua atividade profissional. E nos ensinam que:

- a. é preciso ter uma habilidade profissional que seja demanda pelo mercado para exercer uma atividade de forma independente;
- b. é possível custear o consumo com o exercício de uma atividade profissional independente;
- c. o desenvolvimento de habilidades gera economia de recursos financeiros e garante o consumo próprio dos itens de consumo produzidos;
- d. é possível vivenciar uma boa qualidade de vida, mesmo que se vivencie uma situação de baixa renda; e
- e. é possível consumir o tempo laboral com uma atividade profissional prazerosa.

Em acordo com os ensinamentos do objeto deste estudo o exercício de uma atividade independente requer habilidade, ou seja, é preciso “saber fazer bem algo” que o mercado demande. E quando se executa uma habilidade pode-se economizar recursos financeiros, consumir o que foi feito, e comercializar o excedente. Dessa forma, uma pessoa que está sem oportunidades de empregos, para empreender uma atividade independente e custear seu consumo, precisará ter uma habilidade que seja demandada pelo mercado, ou então, essa pessoa poderá vir a aprender uma habilidade profissional.

Assim, o exercício da atividade independente pode ser uma alternativa viável para minimizar problemas de falta de oferta de trabalho, fome e insegurança financeira. Problemas esses agravados pela pandemia Covid-19, que podem se estender por muitos anos, ou até ser agravado por eventos extremos que venham a acontecer no futuro.

Dessa forma, percebe-se que os efeitos negativos da Covid-19 sobre o consumo foram amenizados para aquelas pessoas que tinham uma habilidade profissional demandada pelo mercado. Estas pessoas puderam empreender uma atividade independente para custear

o seu consumo. E nessa perspectiva Saif *et al* (2021) entende que os efeitos negativos da Covid-19 podem ser amenizados através de políticas estaduais que promovam a otimização do comércio local, e garantam investimentos em educação técnica. Pelo que, se compreende que o fomento ao comércio local, além de garantir o custeio do consumo da comunidade local, reduz custos ambientais de desperdício, e distribuição de produção de longas distâncias. E a educação técnica pode ser o caminho para qualificar pessoas que estão sem trabalho.

Além do mais, o aprendizado de uma habilidade, incentiva a execução de uma atividade, que quando realizada para consumo próprio, reduz o consumo de aquisição da pessoa que executar a atividade. Dessa forma, o exercício de uma habilidade contribui para a economia de recursos financeiros. É o caso, por exemplo, de hortas doméstica, consertos, serviços de estética pessoal, e preparação de alimentos. E quando a atividade for exercida de forma profissional poderá gerar uma fonte de renda para custeio do consumo.

Portanto, um ensinamento que emerge desse estudo é que a atividade independente pode ser uma alternativa de custeio do consumo para aquelas pessoas que enfrentam problemas de falta de oportunidade de trabalho. Porém, se faz necessário o aprendizado da habilidade para aquelas pessoas que não possuem um saber específico demandado pelo mercado.

Também nos ensinam os investigados sobre o consumo do tempo profissional que pode ser prazeroso, logo, pode-se refletir sobre esse aspecto e buscar consumir o tempo de forma a garantir o bem viver. Nesse sentido, importante assinalar que uma reflexão sobre a forma como consumimos o tempo, pode ser útil para a construção da identidade de consumo individual de cada pessoa. Essa construção passa por um processo cotidiano de pensar o ato do consumo, de tempo, de recurso de itens de consumo, e do impacto ambiental de cada ação de consumo praticada.

Por outro lado, constatou-se que o consumo de itens ofertados pelos trabalhadores independentes gera benefícios à sustentabilidade. Esses benefícios são:

- a. fomenta o desenvolvimento da comunidade local;
- b. aumenta a vida útil, reduz o desperdício e o descarte dos itens de consumo nas atividades de conserto e manutenção;

- c. reduz a poluição com transporte e gases poluentes porque reduz a distância de distribuição de itens comercializados; e
- d. melhora o bem viver daquelas pessoas que demandam serviços de cuidados.

Dessa forma, outra contribuição que surgiu do estudo foi a compreensão que os trabalhadores independentes dependem do apoio da comunidade local para custearem o seu consumo. Dito em outras palavras, é a utilização dos serviços de profissionais independentes de baixa renda, que permite que estes profissionais consigam renda para custear o seu consumo. E a utilização desses serviços gera benefícios a sustentabilidade, logo, todos ganham com o consumo dos serviços e produtos ofertado pelos trabalhadores independentes.

E por fim, é fato que a realização de um trabalho de investigação também produz aprendizado para quem realiza o estudo, e contribui para a sua formação cidadã. Formação essa que é construída diariamente. Um dos aprendizados que emergiu desse estudo para a investigadora foi que qualquer pessoa pode perder seu posto de trabalho em uma situação de crise, e ter uma habilidade profissional demandada pelo mercado pode ser garantia de sustento em tempos de falta de oferta de trabalho.

Por todo o exposto percebe-se que fomentar a aquisição dos itens de consumo oferecidos pelos profissionais independentes é uma forma de desenvolver a comunidade local, contribuir para que pessoas tenham renda, e que possam custear o seu consumo. Estimular a aprendizagem, desenvolver talentos, e capacitar as pessoas para a execução de atividades independentes que reduzam o impacto ambiental pode ser útil para reduzir o desemprego e a fome, e garantir a sobrevivência de uma família em tempos de crise.

### **6.3 Resposta à pergunta de partida**

A pergunta que orientou o presente estudo foi: quais são as ações de consumo que foram empreendidas no contexto da Covid-19 pelos trabalhadores independentes de baixa renda na cidade do Rio Grande-RS? E tem a seguinte resposta: as ações de consumo empreendidas por estes trabalhadores durante a pandemia foram aquisição e utilização de itens de consumo. Essas ações objetivaram a subsistência familiar, e a manutenção da atividade profissional exercida pelo trabalhador. E neste contexto os subsídios

governamentais, e as ações de solidariedade recebidas foram fundamentais para assegurar o consumo de sobrevivência dessas pessoas.

Em relação as ações de aquisição de itens de consumo executadas pelos trabalhadores independentes de baixa renda foram possível identificar algumas particularidades com a investigação realizada. Essas particularidades são: destino dos itens de consumo adquiridos, fator limitante das ações de aquisição de itens de consumo, composição da disponibilidade financeira, e prioridade de aquisição dos itens de consumo.

Os itens de consumo adquiridos pelo objeto de estudo destinaram-se ao custeio de: alimentação, manutenção da atividade profissional exercida, cuidados da saúde (medicamentos), serviços domiciliares (água, luz, internet e aluguel), pagamento de dívidas, cuidados do núcleo familiar. E neste ponto assinala-se que a aquisição dos itens de consumo desses profissionais ocorreu segundo a sua disponibilidade financeira, ou seja, foi limitada à existência de recursos financeiros.

Merece destaque a identificação da composição da disponibilidade financeira para suportar as ações de consumo dos sujeitos investigados no contexto da Covid-19. Esta é formada pelos rendimentos obtidos com a atividade profissional exercida, acrescida dos subsídios governamentais recebidos, e deduzida do pagamento de dívidas. No que se refere a subsídios governamentais, a investigação realizada revelou que essas pessoas são beneficiárias de subsídios sociais destinados a ajudar famílias de baixa renda, e que na Covid-19 os investigados receberam o subsídio de ajuda emergencial. Assim, o montante de recursos financeiros disponível para ações de aquisição de itens de consumo dos investigados integrou ajudas de programas sociais. Portanto, denota-se que a renda obtida com a atividade profissional do objeto de investigação, não foi suficiente para custear as ações de aquisição de consumo no contexto da pandemia Covid-19.

No que tange a prioridade das ações de aquisição de itens de consumo dos investigados no contexto da pandemia, esta foi a compra de alimentos e itens relacionados a manutenção da atividade profissional. Denota-se que algumas atividades profissionais exercidas de forma independente possuem itens de consumo agregados a atividade, é o caso dos suprimentos na agricultura e pecuária, combustível para a atividade de transporte, ferramentas e utensílios para as atividades de conserto. Portanto, a aquisição dos itens de

consumo agregados a atividade profissional é vital para o exercício da atividade, e consequente obtenção de renda.

Também se registra que no contexto da pandemia Covid-19 os trabalhadores independentes de baixa renda da cidade do Rio Grande-RS não adquiriram tudo o que necessitavam e desejavam porque vivenciaram uma situação de baixa renda. Situação essa que antecede a pandemia, ou seja, o objeto desse estudo desde antes da Covid-19 não empreendia todas as ações de consumo que necessitaria e desejaria, porque vivenciava uma situação de baixa renda e enfrentava todos os limites socioeconômicos impostos aos mais pobres.

Pelo exposto, constatou-se com a investigação realizada que as ações de aquisição de consumo empreendidas pelos trabalhadores independentes investigados, no contexto da Covid-19, priorizaram o consumo alimentar e profissional; tiveram por limite a disponibilidade financeira do trabalhador, e não supriram a demanda de consumo dos profissionais. Neste sentido, importante ressaltar que a pandemia Covid-19 causou problemas de consumo para esses profissionais. Esses problemas resultaram na redução de renda decorrente da alta dos preços, redução de postos de trabalho, e redução dos valores pagos pelos serviços ofertados ocorrida em função do aumento da oferta de pessoas exercendo a atividade profissional.

Para mitigar os problemas de consumo enfrentados na Covid-19 as ações de aquisição de consumo empreendidas pelo objeto de estudo foram norteadas pelos seguintes critérios: aquisição do estritamente necessário, substituição de alimentos por marcas similares e de menores preços, diminuição do consumo de carne bovina, e aprendizado de elaboração própria de alguns itens de consumo antes adquiridos (serviços de estética pessoal, elaboração de alimentos, cultivo de horta).

E no tocante às ações de utilização dos itens de consumo executadas pelos trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da Covid-19, constatou-se uma preocupação em maximizar o uso dos itens para economizar recursos financeiros. Também se registra que essas pessoas têm uma percepção sobre a importância de preservar o meio ambiente. Constatou-se a prática de ações de proteção ambiental no cotidiano desses

trabalhadores. Essas ações são: reaproveitamento de resíduos, utilização de sacolas descartáveis, descarte de lixo em lugar apropriado, ajudas solidárias a amigos e familiares.

Em suma, as ações de comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da Covid-19 traduzem a forma como essas pessoas executaram suas ações de consumo durante a pandemia. Estas ações destinaram-se basicamente ao custeio do consumo alimentar e profissional dessas pessoas, que enfrentaram problemas para suportar os efeitos da pandemia com a sua parca renda auferida pelo exercício de sua atividade profissional.

#### **6.4 Definição do perfil dos inquiridos**

Os trabalhadores independentes de baixa renda são empreendedores que atuam de forma autônoma oferecendo à sociedade o fruto de seu trabalho. O universo de profissionais qualificados como trabalhadores independentes é formado por: diaristas, cuidadores, agricultores, pescadores, ferreiros, mecânicos, pedreiros, motoristas de aplicativos, entregadores, *motoboys*, jardineiros, cabeleireiros, manicures, feirantes, vendedores ambulantes, professores de apoio, e todos os demais profissionais que atuam de forma independente. Neste sentido, assinala-se que o limite desse estudo exclui os profissionais liberais, que são aqueles trabalhadores independentes que executam uma atividade profissional que exige para atuação profissional uma formação acadêmica, e um registro em órgão regulador da profissão.

Importante também ressaltar, que a pandemia Covid-19 não parou muitos dos profissionais independentes de baixa renda, que de forma heroica laboram diariamente: na agricultura e pecuária; na entrega dos mais variados itens pedidos via telefone ou pela *internet*; em atendimento domiciliar, realizando consertos; e cuidando de pessoas que precisavam de atenção especial para vivenciar o isolamento social.

Tendo por base o trabalho de investigação realizado percebe-se muitas diferenças entre um trabalhador independente de baixa renda e outro, o que é perfeitamente explicado pela natureza única do ser humano e a diversidade de atividades profissionais executadas.

Porém, identificou-se características comuns a todos os trabalhadores, o que permitiu traçar um perfil dessa categoria de profissional. Estes profissionais têm em comum as seguintes características:

- ✓ possuem uma habilidade que compreende um saber de fazer uma atividade profissional demanda pelo mercado;
- ✓ executam com qualidade a atividade profissional;
- ✓ possuem disposição para o aprendizado de novas formas de executar a atividade profissional;
- ✓ possuem uma percepção que são pessoas livres e chefe de si mesmo, e a pessoa para quem trabalha é o seu cliente;
- ✓ executam um trabalho com esmero e dedicação; e
- ✓ enfrentam longas jornadas de trabalho.

De forma concisa, os trabalhadores independentes de baixa renda são profissionais que atendem aos anseios da sociedade e recebem uma contraprestação financeira por seus serviços. Por exemplo, aqueles que executam reformas e consertos, possibilitam a utilização de itens de consumo não utilizados por problemas de funcionamento; aqueles que comercializam itens de consumo viabilizam o acesso ao consumo; e aqueles que atuam em áreas de cuidados possibilitam que seus clientes consumam seu tempo com outras atividades.

No que tange ao valor recebido pela execução das atividades independentes, é importante destacar a complexidade associada ao valor pago pelos serviços ofertados por essa categoria profissional, que pode ser sentido como “alto” para quem precisa e tem de pagar para utilizar os serviços, e percebido como “baixo” para quem executa o serviço, e recebe a remuneração. Ou seja, alto é o grau de complexidade sobre o valor cobrado pela execução de um serviço, e não são raros os casos em que este valor cobrado não remunera de forma justa a pessoa que executou o serviço.

Importante destacar que a investigação realizada revelou a preocupação dos sujeitos investigados com a redução da remuneração dos serviços ofertados, devido ao aumento do número de profissionais independentes que começaram a exercer a profissão durante a pandemia Covid-19. Também foi revelado pelos entrevistados que tal ocorrência resultou da perda de postos de trabalho, da falta de oportunidade de emprego, e da necessidade de custear

o consumo. Por conseqüente, o aumento da oferta de pessoas ocupadas com atividades profissional independente na Covid-19, desencadeou uma redução do preço cobrado pelos serviços prestados de trabalhos independentes. Convém salientar que no Brasil o número de trabalhadores independentes aumentou em 6,81% do primeiro trimestre de 2020 para o último trimestre de 2022 (IBGE, 2022). Informação esta que corrobora a preocupação dos entrevistados sobre o aumento da concorrência de pessoas exercendo uma função independente, e quando isso ocorre gera uma redução dos preços dos serviços praticados segundo a teoria económica da oferta e procura.

De acordo com a teoria económica da lei de oferta e procura criada por Adam Smith, os preços praticados no mercado são regulados pelas forças da oferta e demanda dos bens e serviços (Smith, 1981). *Segundo a referida teoria* quanto menor for o preço de um serviço ou produto, maior será a procura, e quanto maior for o preço *menor será a procura pelo serviço ou bem*. Salienta-se que a temática do preço dos serviços ofertados por essa categoria profissional merece um estudo detalhado em todos os aspetos, e este não foi o objetivo dessa investigação.

Em concreto, percebe-se a baixa remuneração percebida pelos trabalhadores independentes como uma consequência de um mercado desigual, onde existe desemprego, fome, e as profissões não são remuneradas segundo a sua utilidade.

Pelo exposto, opina-se que os profissionais independentes de baixa renda são agentes que viabilizam melhorias no quotidiano de seus clientes, e que recebem baixa remuneração porque o sistema não prioriza ganhos em função da utilidade profissional.

## **6.5 Reflexão sobre o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda para o período pós pandemia**

Primeiramente salienta-se que no período da pandemia Covid-19 os trabalhadores independentes enfrentaram diminuição de renda, elevação de preços, e que estes profissionais contaram com subsídio governamental temporário para complementar o custeio de seu consumo. E que muitos desses trabalhadores foram beneficiados com iniciativas de solidariedade no período da pandemia. Assim sendo, constatou-se com a

investigação realizada que o vivenciar a pandemia Covid-19 foi um período difícil, onde os cortes de itens de consumo foram inevitáveis para garantir o sustento das famílias, e os subsídios governamentais e as ações de solidariedade foram essenciais para complementar o custeio do consumo dessas pessoas.

Opina-se que o período da pandemia Covid-19 foi de grandes reflexões, especialmente para os investigados que tiveram sua renda ameaçada, e como consequência reduziram tudo o que puderam de seu consumo.

Outrossim salienta-se que no período da pandemia alguns entrevistados vivenciaram experiências exitosas que reduziram o montante financeiro de seu consumo, que tendem a continuar no período pós pandemia. É o caso do cultivo de horta, de plantio de pasto, flores, e a diminuição de consumo de carne bovina.

Importante salientar que os resultados da investigação evidenciaram que os trabalhadores independentes de baixa renda investigados possuem uma demanda de consumo não satisfeita, ou seja, essas pessoas não consomem tudo o que precisariam ou desejariam devido a não dispor de renda suficiente para atender a sua demanda de consumo. Estes profissionais, foram essenciais para garantir o isolamento social na pandemia Covid-19, porém ao longo de suas vidas, muitos deles, nunca vivenciaram a experiência de dispor de uma situação financeira que permitisse consumir o desejado para satisfazer todas as suas necessidades.

De forma sucinta, sobre o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes investigados no período pós-covid-19 se opina que é possível que o comportamento desses trabalhadores se modifique no futuro pós pandemia, se houver aumento de renda, vão aumentar o seu consumo, porque possuem uma demanda de consumo reprimida. E se houver diminuição do valor da remuneração de seus serviços terão de continuar a reduzir o seu consumo. Logo, o comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda no período pós pandemia vai depender do fator renda auferida, os que conseguirem um aumento de remuneração aumentaram o seu consumo, os demais deverão continuar a reduzir o seu consumo.

E por fim, entende-se que somente aqueles trabalhadores independentes de baixa renda que experimentaram experiências exitosas de redução de consumo no período Covid-

19, tenderão a continuar com as iniciativas no período pós-pandemia. Este entendimento tem por base a reflexão de Shelth (2020) que presumem que as pessoas não retornarão aos velhos hábitos de consumo se perceberem a vantagem obtida com a iniciativa praticada.

## **6.6 Futuros Estudos**

O tema tratado neste estudo teve por objeto de investigação uma pequena parcela de profissionais da cidade da autora. E por escopo ações de aquisição e utilização de itens de consumo no contexto da pandemia Covid-19, não sendo estudado a fase de descarte e desperdício de itens adquiridos. Essas fases do processo de consumo impactam o meio ambiente de forma negativa, espera-se em um futuro desenvolver um estudo que contemple tais fases. Também almeja-se continuar estudando o comportamento de consumo dessa categoria de trabalhadores, em outras cidades.

Ressalta-se que esta investigação se utilizou de entrevistas que revelaram a percepção dos investigados sobre o tema comportamento de consumo. E que dados emergiram das entrevistas que assinalam a diminuição do consumo da carne bovina para contornar a alta dos preços. Este também é um tema que no entender dessa investigadora merece ser aprofundado em futuros estudos.

Outro tema que pretendem-se estudar futuramente são as redes de apoio que apoiam profissionais independentes.

## BIBLIOGRAFIA

- Abbas, A. M., & Kamel, M. M. (2020). Dietary habits in adults during quarantine in the context of COVID-19 pandemic. *Obes. Med.*19, 100254. doi: 10.1016/j.obmed.2020.100254.
- ABCR. (14 de 07 de 2022). *Monitor das Doações COVID 19*. Fonte: ABCR - Associação Brasileira de Captadores de Recursos: <https://www.monitordasdoacoes.org.br/pt>
- Abu-Rayash, A., & Dincer, I. (2020). Analysis of the electricity demand trends amidst the COVID-19 coronavirus pandemic. *Energy Res Social Sci* 68, <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101682>.
- Addison, T., Sen, K., & Tarp, F. (2020). *Covid-19: Macroeconomic Dimensions In The Developing World, WIDER Working Paper 2020/74*. Helsinki: UNU-WIDER.
- Aguilar-Martínez, A., M, B.-P., González-Casals, H., Colillas-Malet, E., Puigcorbé, S., Esquiús, L., & Espelt, A. (2021). Social Inequalities in Changes in Diet in Adolescents during Confinement Due to COVID-19 in Spain. *The DESKcohort Project. Nutrients*, 13(5), p. 1577. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu13051577>.
- Akter, S., Ashrafi, T., & Waligo, V. (2021). Changes in Consumer Purchasing Behavior Due to COVID- 19 Pandemic. *Journal of Marketing and Consumer Research Vol.77*, pp. DOI: 10.7176/JMCR/77-04.
- Alexander, D., & Karger, E. (2020). Do stay-at-home orders cause people to stay at home? Effects of stay-at home orders on consumer behavior. *Federal Reserve Bank of Chicago.*, Working Paper, Nº. 2020-12.
- Alhajeri, H. M., Almutairi, A., Alenezi, A., & Alshammari, F. (2020). Energy demand in the state of Kuwait during the Covid-19 pandemic: technical, economic, and environmental perspectives. *Energies* 13 (17), 4370, <https://doi.org/10.3390/en13174370>.
- Amaro, F. (2007). Metodologías qualitativas: Introdução à Grounded Theory. Em M. M. (Coord), *Comunicação e marketing político*. Lisboa: ISCSP.
- Amicarelli, V., & Bux, C. (2021). Food Waste in Italian Households during the Covid-19 Pandemic: A Self-Reporting Approach. *Food Security* 13, 25-37 DOI: <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01121-z>.
- Andersen, A. L., Hansen, E. T., Johannesen, N., & Sheridan, A. (2020). Consumer responses to the COVID-19 crisis: Evidence from bank account transaction data. *Working Paper, Department of Economics University of Copenhagen*, CEBI Working Paper Series. Working Paper 18/20.
- Andrade, C., & Petiz-Lousã, E. (2021). Telework and Work–Family Conflict during COVID-19 Lockdown in Portugal: The Influence of Job-Related Factors. *Administrative Sciences*, 11(3), 103.
- Ascensão, J. (08 de 05 de 2020). *Solidariedade em Portugal elevou doações para combater covid-19 aos 35 milhões*. Fonte: Expresso: <https://expresso.pt/coronavirus/2020-05-08-Solidariedade-em-Portugal-elevou-doacoes-para-combater-covid-19-aos-35-milhoes>
- Baddeley, M. (2017). *Behavioural Economics: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

- Bae, S. V., & Chang, P. J. (2020). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, pp. 1-19. DOI <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>.
- Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., Kost, K., Sammon, M., & Viratyosin, T. (2020). The unprecedented stock market reaction to COVID-19. *The Review of Asset Pricing Studies*, 10(4), 742–758. <https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa008>.
- Baker, S., Farrokhnia, R., Meyer, S., Pagel, M., & Yannelis, C. (2020). How does household spending respond to an epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 pandemic. *Rev. Asset Pricing Stud*, 10, 834–862. DOI <https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa009>.
- Baldwin, R. (2020). The supply side matters: Guns versus butter, COVID-style. *VoxEU.org*, March 22. <https://voxeu.org/article/supply-side-matters-guns-versus-butter-covid-style>.
- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Batrancea, L. (2021). Empirical Evidence Regarding the Impact of Economic Growth and Inflation on Economic Sentiment and Household Consumption. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(7), 336, 2-16. Doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm14070336>.
- Berry, L. L., Danaher, T. S., Aksoy, L., & Keiningham, T. (2020). Service Safety in the Pandemic Age. *Journal of Service Research*, 23 (4), 391-395.
- Beyea, S. C., & Nicoll, L. H. (1998). Writing an integrative review. *AORN Journal*. Apr; 67(4), 877-80. DOI: 10.1016/s0001-2092(06)62653-7.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2013). *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 9ª ed.
- Borges, M. A., & Silva, L. R. (2022). *E quem não parou?: histórias de trabalhadores que não pararam durante a maior crise sanitária do século*. Baurú-São Paulo: Universidade Estadual Paulista (Unesp). Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/217623>>.
- BRASIL. (2007). *Decreto nº 6.135. Dispõe sobre o Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal e dá outras providências*. DOU - Diário Oficial da União de 27.06.2007.
- BRASIL. (2022). *Decreto Nº 11016. Regulamenta o Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal, instituído pelo art. 6º-F da Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993*. DOU - Diário Oficial da União de 30 mar 2022.
- Brydges, T., Retamal, M., & Hanlon, M. (2020). Will COVID-19 support the transition to a more sustainable fashion industry? Sustainability. *Science, Practice, & Policy*, 16(1), 298-308. DOI: 10.1080 / 15487733.2020.1829848.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. New York: Oxford, Fourth edition.
- Caldeira, M. D. (2004). A responsabilidade civil dos profissionais liberais com o advento do Código de Defesa do Consumidor. *Revista do Curso de Direito da Escola de Gestão e Direito da Universidade Metodista de São Paulo*, pp. 310-323 DOI: <https://doi.org/10.15603/2176-1094/rcd.v1n1p310-323>.
- Carrera-Fernandez, J. (2009). *Curso básico de microeconomia*. Salvador: EDUFBA.
- Cariappa, A., Acharya, K., Adhav, C., Sendhil, R., & Ramasundaram, P. (2021). COVID-19 induced lockdown effects on agricultural commodity prices and consumer behaviour in India – Implications for food loss and waste management. *Socio-economic. Planning Sciences*, 1011.
- Carmo, H. (2020). Os efeitos da pandemia Covid19 e a educação para a cidadania. Em F. Negreiro, & J Cardoso (coordenação), *Reflexões sobre Psicologia e Educação no contexto da pandemia no Brasil e em Portugal* (p. no plero). Piauí: UFPI-EDFPI, no prelo.

- Carmo, H., & Malheiros Ferreira, M. (2008). *Metodologia da Investigação. Guia para Autoaprendizagem, 2ª edição*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carmona, R. (2022). A guerra na Ucrânia: uma análise geopolítica. *CEBRI-Revista. Ano 1 / Nº 3 / Jul-Set*, pp. 88-111.
- Carvalho, M., Delgado, D. B., Lima, K. M., Cancela, M. C., Siqueira, C. A., & Souza, D. L. (2020). Effects of the COVID-19 pandemic on the Brazilian electricity consumption patterns. *International Journal of Energy Research* , Doi: 10.1002/er.5877.
- Carvalho, V. M., Garcia, J. R., Hansen, S., Álvaro Ortiz, T. R., Rodríguez-Mora, J. V., & Ruiz, J. (2021). Tracking the COVID-19 Crisis with High-Resolution Transaction Data. *Cambridge Working Papers in Economics Working Paper CWPE2030*.
- CGU. (2022). *Portal da Transparência*. Controladoria Geral da União. In:<http://www.portaltransparencia.gov.br/beneficios>.
- Chang, H. H., & Meyerhoefer, C. (2020). COVID-19 and the demand for online food shopping services: Empirical evidence from Taiwan. *Working Paper, National Taiwan University*.
- Chen, C. F., Rubens, G. Z., Xu, X. J., & Li, J. Y. (2020). Coronavirus comes home? Energy use, home energy management, and the social-psychological factors of COVID-19. *Energy Research and Social Science* 68, 101688. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101688>.
- Chen, H., Qian, W., & Wen, Q. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on consumption: Learning from high frequency transaction data. *Working Paper, Xiamen University*., [https://bfi.uchicago.edu/wp-content/uploads/Qian\\_COVID-Consumption-200414.pdf](https://bfi.uchicago.edu/wp-content/uploads/Qian_COVID-Consumption-200414.pdf) .
- Cheng, K. K., Lam, T. H., & Leung, C. C. (2020). Wearing face masks in the community during the COVID-19 pandemic: Altruism and solidarity. *The Lancet*, [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30918-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30918-1).
- Cheshmehzangi, A. (2020). COVID-19 and household energy implications: what are the main impacts on energy use? *Heliyon* 6, 10 , 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05202>.
- Chetty, R., Friedman, J. N., Hendre, N., & Stepner, M. (2020). How did COVID-19 and stabilization policies affect spending and employment? A new real-time economic tracker based on private sector data. *The Opportunity Insights Team. Working Paper, Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research*.
- Chetty, R., Friedman, J. N., Hendren, N., & Michael, M. (2020). Fonte: Opportunity Insights Tracker: <https://www.tracktherecovery.org/>
- Chronopoulos, D. K., Lukas, M., & Wilson, J. O. (2020). Consumer Spending Responses to the COVID-19 Pandemic: An Assessment of Great Britain. *Working Papers in Responsible Banking and Finance ; No. 20-012*, Centre for Responsible Banking and Finance. [https://www.st-andrews.ac.uk/business/rbf/workingpapers/RBF20\\_012.pdf](https://www.st-andrews.ac.uk/business/rbf/workingpapers/RBF20_012.pdf).
- Chu, C. (2018). Psychological ownership in hoarding. Em J. Peck, & S. Shu, *Psychological ownership, and consumer behavior*. New York: Springer.
- Cohen, M. J. (2020). Does the COVID-19 outbreak mark the onset of a sustainable consumption transition?., *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16:1, 1-3, DOI:10.1080/15487733.2020.1740472.
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. (2020). *The Cost of the Covid-19 Crisis: Lockdowns, Macroeconomic Expectations, and Consumer Spending* . Cambridge: NBER Working Paper Nº 27141. National Bureau of Economic Research.

- Cole, H. V., Anguelovski, I., Baró, F., García-Lamarca, M., Kotsila, P., Pulgar, C. P., . . . Triguero-Mas, M. (2020). The COVID-19 pandemic: power and privilege, gentrification, and urban environmental justice in the global north. *Cities & Health*, DOI:<https://doi.org/10.1080/23748834.2020.1785176>.
- Cooper, H. M. (1984). *The integrative research review: a systematic approach*. Beverly Hills (CA): Sage Publications.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, Vol. 13, N°1.
- Cox, N., Ganong, P., P. N., J. S., A. W., D. F., & Greig, F. (2020). Initial impacts of the pandemic on consumer behavior: evidence from linked income, spending, and saving data. *Becker Friedman Institute Working Paper. WORKING PAPER · N° 2020-82*.
- Cvetković, D., Nešović, A., & Terzić, I. (2020). Impact of people's behavior on the energy sustainability of the residential sector in emergency situations caused by COVID-19. *Energy and Buildings* 230, 110532. <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2020.1105>.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Dey, I. (1993). *Qualitative data analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, Vol. 117, 284-289. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.06.008.
- Edomah, N., & Ndulue, G. (2020). Energy transition in a lockdown: An analysis of the impact of COVID-19 on changes in electricity demand in Lagos Nigeria. *Global Transitions* 2 (2020), 127–137. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2020.07.002>.
- Engel, E. (1857). Die Productions-and Consumtionsverhältnisse des Königreichs Sachsen. *Zeitschrift des Statistischen Bureaus des Königlich Sächsischen Ministeriums des Innern*, 8, pp. 1-54.
- Ercole, F. F., Melo, L. S., & Alcoforado, C. L. (2014). Revisão integrativa versus revisão sistemática. *REME Rev Min Enferm.* 2014 jan/mar; 18(1). DOI: <http://www.dx.doi.org/10.5935/1415-2762.20140001>, 12-14.
- EUROSTAT. (20 de 10 de 2020). *You Key to European Statistics*. Fonte: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home> You Key to European Statistics.
- European Commission. (2022). The European instrument for temporary Support to mitigate Unemployment Risks in an Emergency (SURE). *Economy and Finance* [https://economy-finance.ec.europa.eu/eu-financial-assistance/sure\\_en](https://economy-finance.ec.europa.eu/eu-financial-assistance/sure_en).
- FAO, IFAD, UNICEF, WFP, WHO. (2022). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable*. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0639en>.
- Frost, R. O., & Hartl, T. L. (1996). A cognitive-behavioral model of compulsive hoarding. *Behaviour Research and Therapy*, ;34 (4), 341–350.
- Funk, S., Gilad, E., Watkins, C., & Jansen, V. A. (2009). The spread of awareness and its impact on epidemic outbreaks. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , 6872–6877. <https://doi.org/10.1073/pnas.0810762106>.
- GAO. (2022). GAO Millions of People May Still Be Eligible For COVID-19 Stimulus Payments, But Time Is Running Out. *U.S. Government Accountability Office In* <https://www.gao.gov/blog/millions-people-may-still-be-eligible-covid-19-stimulus-payments-time-running-out>.
- García, S., Parejo, A., Personal, E., Guerrero, J. I., Biscarri, F., & León, C. (2021). A retrospective analysis of the impact of the COVID-19 restrictions on energy consumption at a disaggregated level. *Applied Energy*, 287, 116547.

- Ghiani, E., Galici, M., Mureddu, M., & Pilo, F. (2020). Impact on electricity consumption and market pricing of energy and ancillary services during pandemic of COVID-19 in Italy. *Energies* 13, <https://doi.org/10.3390/en13133357>.
- Gil, A. C. (2002). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. São Paulo: Atlas, 4<sup>a</sup> ed.
- Gillingham, K. T., Knittel, C. R., Li, J., Ovaere, M., & Regente, M. (2020 ). The short-run and long-run effects of Covid-19 on energy and the environment. *Joule* 4:1337, 41. <https://doi.org/10.1016/j.joule.2020.06.010>.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. California: Sociology Press.
- GPMB. (2021). *From Worlds Apart to a World Prepared: Global Preparedness Monitoring Board report 2021*. Geneva: World Health Organization; 2021. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- Grève, Z. D., Bottieau, j., D, V., Wautier, A., P-D, D., Arrigo, A., . . . Vallée, F. (2020). Machine Learning Techniques for Improving Self-Consumption in Renewable Energy Communities. *Energies (Basel)*, 13(18), 1, pp. DOI: <https://www.mdpi.com/1996-10>.
- Hämmig, O. (2019). Health Risks Associated with Social Isolation in General and in Young, Middle and Old Age. *PLoS ONE* 14, e0219663, DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0222124>
- Harris, J., Depenbusch, L., A A, P., Nair, R. M., & Ramasamy, S. (2020 ). Food system disruption: initial livelihood and dietary effects of COVID-19 on vegetable producers in India. *Food Sec.* 12, 841-851. <https://doi.org/10.1007/s12>.
- Helm, D. (2020). The environmental impacts of the coronavirus. *Environmental and Resource Economics*, 76, 21–38. <https://doi.org/10.1007/s10640-020-00426-z>.
- Hoke, S. H., Kanzig, D. R., & Surico, P. (2020). Consumption in the Time of Covid-19: Evidence from UK Transaction Data. *Discussion Papers14733, C.E.P.R. Discussion Papers N° DP14733*,; Centre for Economic Policy Research: London, UK, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3603964>.
- Holmes, E. A., O'Connor, R. C., Perry, V. H., Tracey, I., Wessely, S., Arseneault, L., . . . Przybylsk, A. K. (2020). Multidisciplinary research priorities for the COVID-19 pandemic: a call for action for mental health science. *Lancet Psychiatry* 7, 547–560. doi: 10.1016/S2215-0366(20)30168-1.
- Horton, R. O. (2020). COVID-19 is not a pandemic. *Lancet* , 396, 874. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)32000-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)32000-6).
- Howarth, C., Bryant, P., Corner, A., Fankhauser, S., Gouldson, A., Whitmarsh, L., & Willis, R. (2020). Building a social mandate for climate action: Lessons from COVID-19. *Environmental and Resource Economics*, 76, 1107–1115. <https://doi.org/10.1007/s10640>.
- IBGE. (2022). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Mensal, Tabelas 6320 e 6390*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6320>.
- IBGE. (20 de 08 de 2020). Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais>
- Islam, A. (2021). "Two hours extra for working from home": Reporting on gender, space, and time from the Covid-field of Delhi, India. *Gender, Work, and Organization*, 28(S2), 405-414.

- Itani, O., & Hollebeek, L. (2021). Consumers' health-locus-of-control and social distancing in pandemic-based e-tailing services. *The Journal of Services Marketing*, 35(8), 1073-1091. DOI 10.1108/JSM-10-2020-0410.
- Ivanov, D. (2020). Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case. *Transp Res E Logist Transp Rev. Apr*; 136:101922, p. Doi: 10.1016/j.tre.2020.101922.
- Ivereigh, A. (2020). *Vamos sonhar juntos. O caminho para um future melhor. Papa Francisco em Conversa com Asten Ivereigh*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca Ltda. Tradução by Austen Ivereigh.
- Kallon, S., Moiforay, S. K., Kamara, A. H., & Sonda, T. S. (2017). Effect of Ebola on Meat Consumption Patterns of Rural Dwellers of Tonkolili District - Northern Sierra Leone West Africa. *International Journal of Science and Research (IJSR)* 6 (2), 903–9. <https://doi.org/10.21275/ART2017688>.
- Khan, I., Hollebeek, L. D., Fatma, M., Islam, J. J., & Riivits-Arkonsuo, I. (2020). Customer experience and commitment in retailing: does customer age matter? *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 57, 102219. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102219.
- Kasser, T. (2017). Living both Well and Sustainably: A Review of the Literature, with Some Reflections on Future Research, Interventions and Policy. *Philos. Trans. R. Soc. A Math. Phys. Eng. Sci*, DOI:10.1098/rsta.2016.0369.
- Kirk, C., & Rifkin, L. (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: consumer reacting, coping, and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *J. Bus. Res.* 117, 124-131. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.028.
- Klaver, J., & Lambrechts, W. (2021). The Pandemic of Productivity: A Narrative Inquiry into the Value of Leisure Time. *Sustainability (Basel, Switzerland)* 13 (11), DOI: <https://doi.org/10.3390/su13116271>.
- Kluge, H. H., Wickramasinghe, K., Rippin, H. L., R. M., Peters, D. H., Kontsevaya, A., & Breda, J. (2020). Prevention and control of non-communicable diseases in the COVID-19 response. *Lancet* 395, 1678–1680. DOI: 10.1016/S0140-6736(20)31067-9.
- Koundouri, P. (2020). Never Waste a Good Crisis: For a Sustainable Recovery from COVID-19. *Technical Report*, <https://www.eaere.org/wp-content/uploads/2020/04/NeverWasteGoodCrisis.PhoebeKoundouri.pdf>.
- Kumar, S., Dhir, A., Talwar, S., Chakraborty, D., & Kaur, P. (2020). What drives brand love for natural products? The moderating role of household size. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 1-10. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102329.
- Laato, S., Islam, A. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organismresponse approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102224, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102224>.
- Landry, C. E., & Smith, T. A. (2019). Demand for Household Food Waste. *Applied Economic Perspectives and Policy* 41(1), 20–36. <https://doi.org/10.1093/aapp/ppy037>.
- Larossa, R. (2005). Grounded Theory Methods and Qualitative Family Research. *Journal of Marriage and Family* 67 (November), 837-857.
- Latouche, S. (2012). *O pequeno tratado do decrescimento sereno*. Lisboa: Edições.
- Lenzen, M Li, Malik, A., Pomponi, F., Sun, Y. Y., Wiedmann, T., . . . Yousefzadeh, M. (2020). Global socio-economic losses and environmental gains from the Coronavirus pandemic. *PLoS ONE*, 15(7) e0235654, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235654>.
- Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Liu, Z., Ciaia, P., Deng, Z., Lei, R., Davis, S. J., Feng, S., . . . Zhong, H. (2020). COVID-19 causes record decline in global CO2 emissions. *arXiv:2004.13614 [physics, q-fin]*, <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18922-7>.
- López-Bueno, R., Calatayud, J., Casaña, J., Casajús, J. A., Smith, L., Tully, M. A., . . . López-Sánchez, G. F. (2020). COVID-19 Confinement and Health Risk Behaviors in Spain. *Front. Psychol* 11, 1426. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01426>.
- Ludvigson, S. C., Ma, S., & Ng, S. (2020). Covid19 and the macroeconomic effects of costly disasters. *NBER Working Paper*, w26987. National Bureau of Economic Research, USA, [https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w26987/w26987.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w26987/w26987.pdf).
- Lusk, J. L., & McFadden, B. R. (2021). Consumer Food Buying during a Recession. *Choices Quarter* 3, Available online: <https://www.choicesmagazine.org/choices-magazine/theme-articles/agricultural-market-response-to-covid-19/consumer-food-buying-during-a-recession>.
- Mason, A., Brown, M., Mason, E., & Narcum, J. (2021). Pandemic effects on social media marketing behaviors in India. *Cogent Business & Management*, 8(1), DOI: 10.1080 / 23311975.2021.1943243.
- Mason, A., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1870797, DOI: 10.1080 / 23311975.2020.1870797.
- Matias, T., Dominski, F., & Marks, D. (2020). Human needs in COVID-19 isolation. *Journal of Health Psychology*, 25(7), 871-882.
- Mattioli, A. V., Sciomer, S., Cocchi, C., Maffei, S., & Gallina, S. (2020). Quarantine during COVID-19 Outbreak: Changes in Diet and Physical Activity Increase the Risk of Cardiovascular Disease. *Nutr. Metab. Cardiovasc.* 30, 1409–1417. DOI: 10.1016/j.numecd.2020.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, Mass : The MIT Press.
- Minayo, M. C. (2002). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. Coleção Temas Sociais. Petrópolis: Vozes, 20 ed.
- Monié, F. (2020). A África subsaariana diante da pandemia de Coronavírus/COVID-19: difusão espacial, impactos e desafios. *Espaço e Economia [Online]*, 18, <http://journals.openedition.org/espacoeconomia/13629>; DOI: <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.13629>.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., . . . Agha, R. (2020). The socioeconomic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemic: a review. *International Journal of Surgery*, Vol. 78, 185-193.
- ONU. (2015). *Agenda 2030*. Fonte: "O Futuro que Queremos" Nações Unidas. Disponível em: <http://www2.mma.gov.br/port/conama/processos/61AA3835/O-Futuro-que-queremos1.pdf>
- ONU. (2001). Resolução A/RES/56/4, Dia Internacional para a Prevenção da Exploração do Meio Ambiente em Tempos de Guerra e Conflito Armado. *Assembléia Geral*, pp. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N01/475/24/img/N0147524.pdf?OpenElement>.
- OPAS. (17 de 06 de 2022). *Fundo de Resposta à COVID-19 da OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde*. Fonte: <https://www.paho.org/pt/fundo-resposta-covid-19-da-opas>

- Orak, N. H., Alshehri, K., & Chen, X. (2022). The Impacts on Greenhouse Gases Emission during the COVID-19 lockdown in the US: An Economic Input-Output Life Cycle Assessment. *Procedia CIRP*, Volume 105, pp. 25-30, <https://doi.org/10.1016/j.procir.2022.02>.
- Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos*, 10(20), 233-247.
- Paixão, C. J., & Pereira, R. A. (Jan/Jun de 2018). Questões sobre categorias, pesquisa qualitativa e construção do conhecimento em Ciências Humanas: interfaces no cenário da modernidade. *Revista COCAR, Belém, V.12. n.º.23, Programa de Pós-graduação Educação em Educação da UEPA*, pp. 580-604.
- Pantano, E., Pizzi, G., Scarpi, D., & Dennis, C. (2020). Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business Research*, Vol. 116, 209-213. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.036.
- Passos, H. D., Alves, M. C., Baumworcel, L., Vieira, J. P., Garcez, J. D., & Sousa, A. C. (2020). Infecção pelo SARS-Cov-2 e Tromboembolismo Pulmonar – Comportamento Pró - Trombótico da COVID-19. *SBC- Sociedade Brasileira de Cardiologia*, DOI: <https://doi.org/10.36660/abc.20200427>.
- Pathak, M., Slade, R., Shukla, P. R., Skea, J., Pichs-Madruga, R., & Ürge-Vorsatz, D. (2022). *Technical Summary. In: Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change. Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on on Climate Change*. Cambridge, UK and New York, NY, USA: [P.R. Shukla, J. Skea, R. Slade, A. Al Khourdajie, R. van Diemen, D. McCollum, M. Pathak, S. Some, P. Vyas, R. Fradera, M. Belkacemi, A. Hasija, G. Lisboa, S. Luz, J. Malley, (eds.)]. Cambridge University Press.doi: 10.1017/9781009157926.002.
- Pérez, V., Aybar, C., & Pavía, J. (2021). COVID-19 and Changes in Social Habits. Restaurant Terraces, a Booming Space in Cities. The Case of Madrid. *Mathematics (Basel)*, 9(17), 2133, DOI: <https://doi.org/10.3390/math9172133>.
- Peters, I. M., Brabec, C., Buonassisi, T., Hauch, J., & Nobre, A. M. (2020). The impact of COVID-19- related measures on the solar resource in areas with high levels of air pollution. *Joule* 4:1681–7, <https://doi.org/10.1016/j.joule.2020.06.009>.
- PNUD. (2019). *Informe sobre Desarrollo Humano 2019 Más allá del ingreso, más allá de los promedios, más allá del presente: Desigualdades del desarrollo humano en el siglo XXI*. Nueva York, NY: © 2019 Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Prata, J. C., Silva, A. L., Walker, T. R., Duarte, A. C., & Rocha-Santos, T. (2020). Covid-19 Pandemic repercussions on the use and management of plastics. *Environ. Sci. Technol.* 54, 13, pp. 7760–7765, 2020, <https://doi.org/10.1021/acs.est.0c02178>.
- Quére, C. L., Jackson, R. B., Jones, M. W., Smith, A. J., Abernethy, S., R M Andrew, A. J.-G., . . . Peters, G. P. (2020). Temporary reduction in daily global CO2 emissions during the COVID-19 forced confinement. *Nature Climate Change*, 10, 47–653. <https://doi.org/10.1038/s41558-020-0797-x>.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva, 2ª Edição. Tradução João Minhoto Marques, Maria Amália Mendes e Maria Carvalho.
- Rather, R., & Hollebeek, L. (2020). Customers' service-related engagement, experience, and behaviorl intent: moderating role of age. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 60, 102453. DOI:10.1108/JSM-10-2020-0410.

- Saif, N., Ruan, J., & Obrenovic, B. (2021). Sustaining Trade during COVID-19 Pandemic: Establishing a Conceptual Model Including COVID-19 Impact . *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 13(10), 5418, DOI: <https://doi.org/10.3390/su13105418>.
- Santiago, I., Moreno-Munoz, A., Quintero-Jiménez, P., Garcia-Torres, F., & Gonzalez-Redondo, M. J. (2021). Electricity demand during pandemic times: the case of the COVID-19 in Spain. *Energy policy*, 148, 111964, <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111964>.
- Santos, B. D. (2020). *A Cruel Pedagogia do Vírus*. Coimbra: Almedina.
- Santos, V., & Castro, N. d. (2022). Guerra da Ucrânia e Crise Energética Europeia: Medidas extraordinárias adotadas para mitigar os impactos económicos e sociais. *TDSE Texto de Discussão do Setor Elétrico N° 109 outubro. GESEL. Grupo de Estudo do Setor Elétrico. UFRJ*.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students*. 7ª edição, Pearson Education.
- Schatzman, L. (1991). Dimensional analysis: Notes on an alternative approach to the grounding of theory in qualitative research. Em D. R. Maines, *Social organization, and social process: Essays in honor of Anselm Strauss* (p. 303314). New York: Aldine de Gruyter.
- Schippers, M. (2020). For the Greater Good? The Devastating Ripple Effects of the Covid-19 Crisis. *Front. Psychol*, 11, 577740, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577740>.
- Servo, L. M., Ramos, M. d., Peters, J. R., Fiuza, E. P., & Sulpino, F. (Mariana de Carvalho Barbosa Ramos de 2020). Equipamentos de proteção individual, higienizantes e material de higiene pessoal: preços, regulação e gestão da informação em tempos de coronavírus. *Nota Técnica nº 63 Disoc Diretoria de Estudos e Políticas Sociais. Abril*.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: will the old habits return or die? *J. Bus. Res*, 117, 280-283. Doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.059.
- Silva, M., Gregório, M., Santos, R., Marques, A., Rodrigues, B., Godinho, C., & Freitas, G. (2021). Towards an In-Depth Understanding of Physical Activity and Eating Behaviours during COVID-19 Social Confinement: A Combined Approach from a Portuguese. *National Survey. Nutrients*, 13(8), 2685, DOI: <https://doi.org/10.3390/nu13082685>.
- Singer, M. (1994). AIDS and the health crisis of the U.S. urban poor; the perspective of critical medical anthropology. *Soc Sci Med* 39, 931-948. DOI: 10.1016/0277-9536(94)90205-4.
- Smith, A. (1981). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Indianapolis: Liberty Fund.
- SSERS. (2023). *Painel Coronavírus RS*. Fonte: Secretaria da Saúde do Estado do Rio Grande do Sul: <https://ti.saude.rs.gov.br/covid19/>
- Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. New York: Cambridge University Press.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Newbury Park, CA: Sage, 2 ed.
- Strauss, A., & Corbini, J. (1997). *Grounded Theory in Practice*. London: Sage.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory. Procedure and Techniques*. Newbury : Sage.
- Svajdova, L. (2021). Consumer Behaviour During Pandemic of Covid-19 . *Journal of International Business Research and Marketing*, 6(3), 34-37. DOI: 10.18775/jibrm.1849-8558.2015.63.3005 .

- Taherzadeh, O. (2020). Promise of a green economic recovery post-Covid: Trojan horse or turning point? *Global Sustainability*, 4, *Global Sustainability* 4, e2, 1-6 DOI: <https://doi.org/10.1017/sus.2020.33>.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press.
- Termeer, E., Brouwer, I., & Boef, W. d. (2020). Bangladesh. The impact of COVID-19 on the food system. *Wageningen University & Research, Global Alliance for Improved Nutrition and CGIAR Research Program on Agriculture for Nutrition and Health*, <https://doi.org/10.2499/p15738coll2.134554>.
- UNDP. (2020). *COVID-19 and Human Development: Exploring global preparedness and vulnerability*. Human Development Data Story.
- Vargas-Lopez, A., Cicatiello, C., Principato, L., & Secondi, L. (2021). Consumer Expenditure, Elasticity and Value of Food Waste: A Quadratic Almost Ideal Demand System for Evaluating Changes in Mexico during COVID-19. *Elsevier Ltd Socio-Economic Planning Sciences 101065*, <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101065>.
- Vergara, S. (2005). *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Voorhees, C., Fombelle, P., & Bone, S. (2020). Don't Forget About the Frontline Employee During the COVID-19 Pandemic: Preliminary Insights and a Research Agenda on Market Shocks. *Journal of Service Research : JSR*, 23(4), 396-400. <https://doi.org/10.1177/1094670520944606>.
- Wang, Q., Lu, M., Bai, Z., & Wang, K. (2020). Coronavirus pandemic reduced China's CO2 emissions in short-term, while stimulus packages may lead to emissions growth in medium- and long-term. *Appl Energy* ;278., <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2020.115735>.
- Wang, Z., & Wang, H. (2021). Improving Load Forecast in Energy Markets During COVID-19. *A 8ª Conferência Internacional da ACM sobre Sistemas para Edifícios, Cidades e Transporte Eficientes em Energia (BuildSys 21)*. Coimbra, Portugal: DOI <https://doi.org/10.1145/3486611.3486648>.
- Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: update methodology. *J Adv Nurs* 52(5): 546-53. DOI: 10.1111/J.1365-2648.2005.03621.X.
- WBG. (2020). *DataBank. World Development Indicators*. The World Bank Group. In: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&country>.
- WHO. (2020). Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 . *Word Health Organization (11-march-2020)*, <https://www.who.int/> (acessado em 02/04/2020).
- WHO. (2023). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. *Word Health Organization*, <https://www.who.int/> (acessado em 08/01/2023)
- World Bank. (2021). *World Bank East Asia and Pacific Economic Update, Spring 2021*. Washington, DC, USA: Uneven Recovery; World Bank.
- Xu, J., Benbasat, I., & Cenfetelli, R. (2014). The nature and consequences of trade-off transparency in the context of recommendation agents. *MIS Quarterly*, 38(2), 379-406. DOI: 10.25300/MISQ/2014/38.2.03.
- Yannis, G., & Lang, T. (2006). *The Unmanageable Consumer*. London: Sage Publication, Second edition.
- Zwanka, R. J., & Buff, C. (2021). COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of the Consumer Behavioral Shifts to Be Caused by the COVID-19 Pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, 33:1, pp. 58-67, DOI: 10.1080/08961530.2020.1771646.

## **ANEXOS**

## **ANEXO I TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS**

## **Entrevista 1**

Realizada em: 18/01/2021. Horário: 17.00 hs,  
Atividade exercida: produtor rural  
Duração da entrevista: 1.05 hs.

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *62 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado a trinta e cinco anos*

3) Tem filhos?

**Resposta:** *Sim, um casal*

4) Qual a idade de seus filhos? Eles moram com você?

**Resposta:** *A minha filha tem 34 anos e mora na sua casa. E o meu filho é solteiro, tem 32 anos, vive com a gente.*

5) Quantas pessoas moram na sua casa?

**Resposta:** *Somos três, eu, minha esposa e meu filho. A namorada do meu filho passa bastante tempo aqui, e com a pandemia vai pouco na casa dos seus pais, ela não trabalha fica estudando no computador dela.*

6) Qual o código postal de sua residência?

**Resposta:** *Aqui é propriedade rural, o código postal é 96203-900 que pertence ao corredor dos carreiros, o correio não chega até aqui, tem de pegar na agência as correspondências.*

7) Estudou até que série?

**Resposta:** *Eu terminei o ensino médio, não fiz faculdade.*

8) Em que trabalham você, sua esposa e seu filho?

**Resposta:** *Trabalhamos na leitearia, temos algumas vacas de leite, entregamos leite para a cooperativa, plantamos pasto para as vacas e galinhas. E, também temos uma horta para alimentação própria da casa. Nosso sustento vem da venda do leite.*

9) A quanto tempo exerce a atividade agropecuária?

**Resposta:** *Desde sempre, nasci e cresci nesse meio.*

10) Quais são os gastos que são necessários para manter a sua atividade?

**Resposta:** *A gente tem tanto gasto, é comida para os animais, medicamentos, sementes, gastos com a luz, gastos com veterinário quando os bichos adoecem, e por aí vai o pouco que se consegue receber com a venda do leite.*

11) Quem é que faz as compras dos materiais para a sua propriedade?

**Resposta:** *Eu compro, meu filho também toda a vez que precisamos compramos. E a minha mulher é quem controla os pagamentos.*

12) Durante o período da pandemia Covid-19 identificou algum problema que atingiu a sua atividade agropecuária?

**Resposta:** *Claro que sim, muitos problemas, o maior foi a dificuldade de conseguir ração para os animais, subiu o preço de uma forma violenta. Sem falar que não foi fácil continuar trabalhando com todo o comércio fechado, os preços subiram da comida. Não está sendo fácil produzir leite, o preço do leite subiu para quem compra, para nós teve diminuição do valor pago pelo litro do leite. Está sendo um período muito difícil para os agricultores.*

13) E na sua casa, os gastos aumentaram ou diminuíram nesse período pandêmico?

**Resposta:** *Claro que aumentaram, o valor gasto no supermercado aumenta a cada dia. Graças a Deus não somos pessoas doentes e não precisamos de remédio.*

14) Qual o produto que adquire que mais subiu nesse período?

**Resposta:** *A ração para os bichos, o preço da carne de boi, o preço do arroz e do feijão. Os que me lembro agora foram esses, e já fizeram um grande estrago.*

15) Tinha algum fundo de reserva financeiro antes da pandemia? Tinha algum dinheiro na caderneta de poupança? Estava fazendo economia para algum investimento?

**Resposta:** *Claro que não, quem trabalha na agricultura não tem dinheiro sobrando, quando a gente pode comprar uma vaquinha a mais, eu no meu caso a anos que não faço isso.*

16) Contraiu o vírus, ou algum familiar seu foi vítima desta doença?

**Resposta:** *Graças a Deus não, uma vizinha perdeu a mãe com esse vírus, todo o cuidado é pouco, fico triste, mas não podemos fazer nada.*

17) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Eu não recebi, sou aposentado, aqui em casa minha mulher e meu filho receberam, também a namorada dele recebeu. Foi uma boa ajuda, pagamos algumas contas que estavam atrasadas e o resto foi no supermercado mesmo para comprar comida para casa.*

18) Como foram feitas as compras de ração, medicamento para os animais e alimentos para sua família nesse período da pandemia? Comprou pela internet?

**Resposta:** *Direto no supermercado, eu ou meu filho fazíamos as compras para a casa, e a ração direto na agropecuária. Aqui é propriedade rural não tem ninguém para entregar, nós temos de ir comprar e trazer. Aqui não tem “motoboy”, nós é que fizemos o frete.*

19) Nesse período fez alguma compra para alguém, algum vizinho, familiar que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Sempre que a gente pode a gente ajuda, com o telefone celular, um vizinho avisa o outro quando vai a agropecuária, e às vezes um traz ração para o outro. Isso é normal aqui, da mesma forma que faço, alguém faz para mim.*

20) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da propriedade e de casa?

**Resposta:** *Sempre penso em fazer, sempre falamos nisso, mas fica para depois, um dia “a gente vai” fazer. Eu acho que é importante, mas falta tempo para isso. A gente vai pagando e pronto. Sei o quanto devo, e quando vai entrando dinheiro vou pagando.*

21) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Tenho sim, estou pagando em dia, não atraso porque os juros são grandes. E quando falta dinheiro eu me socorro com um amigo, que a muitos anos me socorre, depois vendo uma vaca e pago ele.*

22) Na sua opinião o que limita o valor de seus gastos, suas compras?

**Resposta:** *Eu acho que é o dinheiro que tenho para receber do leite. Se não tenho dinheiro não tenho como pagar, então não compro.*

23) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Se não tenho como pagar, procuro não comprar, eu acho que sempre penso se vou conseguir pagar antes de comprar.*

24) Que problemas percebeu que afetaram o seu consumo na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Eu acho que tudo ficou mais caro, a ração para os bichos ficou mais cara, a comida no supermercado ficou mais cara.*

25) Durante a pandemia você comprou as mesmas coisas que comprava antes?

**Resposta:** *Sim eu comprei as mesmas coisas, mas procurei ficar com estoque de mantimento em casa para não ser surpreendido com alta de preços, ou então sumiço dos produtos. O que deixei de comprar foi presente para festas de aniversários, a gente agora não pode ir a nenhum lugar.*

26) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava?

**Resposta:** *Não, eu não tive nenhuma dificuldade, encontrei todas as coisas que fui buscar. Eu reclamo do preço que subiu muito mesmo com essa doença.*

27) O que você acha que aumentou de preços durante a pandemia?

**Resposta:** *Subiu o preço da ração para o gado, e para casa subiu a carne, o arroz e o feijão, desses eu me lembro muito bem.*

28) E o que você fez para enfrentar esse aumento de preços?

**Resposta:** *Eu, plantei uma área de pasto para diminuir o que gasto com ração para minhas vacas.*

29) E para o preço da carne que subiu, do arroz e do feijão?

**Resposta:** *Às vezes eu compro carne de porco, engordo umas galinhas, começamos a comer mais essas carnes. Arroz e feijão, não dá para diminuir e a gente tem de pagar, sempre procuramos uma marca mais barata para comprar, mas está difícil o preço está alto, e o preço do leite para o produtor não acompanha.*

30) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Eu na minha propriedade tenho de trabalhar, faça sol ou faça chuva tem que cuidar das vacas. Para sair eu uso máscara, do mais nada mudou, na agricultura ou tu trabalhas bem, ou trabalha resmungando, não tem escolha, tem que trabalhar e pronto.*

31) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *Sempre penso se vou ter como pagar.*

32) Já desistiu de uma compra? Porquê?

**Resposta:** *Eu sempre penso antes de ir comprar, não me lembro de ter desistido de alguma coisa.*

33) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Às vezes sim, às vezes eu compro alguma coisa que vi e penso que vou precisar e acabo comprando.*

34) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Sempre que vou no supermercado, ou em um shopping, quando chego em casa me pergunto que droga eu fiz, não precisava ter comprado sei lá, alguma roupa, ou alguma coisa que comprei para dar de presente para alguém, mas não tem mais jeito então é pagar a fatura do cartão e seguir em frente.*

35) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *Sim claro, quando compro algo para minhas vacas, nunca me arrependo.*

36) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *O pagamento, porque agora compro quase tudo em cartão de crédito. Então depois que se compra, vem a preocupação de fazer o pagamento, e quando chega a fatura do cartão a gente pensa que foi um idiota e comprou demais.*

37) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Eu acho que comprar sem utilizar é colocar dinheiro fora, e eu não posso me dar o luxo de colocar meu dinheiro fora. Procuo não pensar nisso, acho que sempre compro o que preciso.*

38) Mudou suas compras na época da pandemia, ou seja, tem algum gasto que não praticou no período da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que deixamos de ir à festa de aniversário, então deixamos de comprar presentes para os aniversariantes, os outros gastos eu acho que são os mesmos, também nesse período não gastamos com roupas, minha esposa não comprou roupas nesse período. Compramos apenas roupas para a minha neta de presente de aniversário, a menina cresceu e não tem roupa que sirva.*

39) Você adota alguma atitude de consumo que pode ser considerado um consumo que visa a preservação ambiental?

**Resposta:** *Eu não uso produtos químicos na minha plantação.*

40) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Claro que sim, eu procuro sempre não utilizar produtos químicos.*

41) Quando compra se preocupa com o que?

**Resposta:** *Eu me preocupo em comprar o que preciso, se tivesse dinheiro compraria um pouco mais.*

42) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Eu compraria mais coisas para minha propriedade, para minha casa, procuraria dar mais coisas para minha esposa.*

43) Está faltando alguma coisa em sua casa ou na sua propriedade?

**Resposta:** *Sempre falta, eu queria ter mais umas vaquinhas, queria ter alguns equipamentos na minha casa que ajudasse mais a minha mulher, mas não dá, quem sabe no futuro a gente não possa comprar tudo aquilo que quer.*

44) O que você acha que faz de bom para o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu sempre separo o lixo e entrego para a reciclagem. Eu uso o meu lixo que pode ser colocado como adubo na minha horta, tenho uma compostagem que aprendi a fazer em um curso que fiz na cooperativa.*

45) Consegue precisar o percentual de seu gasto mensal com alimentos, medicação, ração, lazer?

**Resposta:** *Não eu vou comprando conforme necessito, não sei onde gastei, sei que compro apenas o que preciso, e depois vou atrás de fazer o pagamento.*

46) Tem algum controle do que gastou, em que gastou?

**Resposta:** *Não, eu sei que deveria ter, um dia eu vou conseguir tempo para fazer isso e assim vou poder dizer em que gastei o pouco que consegui ganhar.*

47) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu faço o que gosto e que sei fazer, às vezes penso em parar de tirar leite, mas aí vejo que só sei fazer isso. Sou feliz na minha propriedade, sou o dono do meu negócio.*

48) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da agricultura?

**Resposta:** *Férias, não existe para quem trabalha na terra, eu gosto de estar com meus amigos, e também gosto de receber eles aqui na minha propriedade, isso sim eu gosto.*

49) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que vai mudar pouca coisa aqui na minha atividade. Tomara que os preços baixem das rações e dos alimentos, fico com medo é do desemprego, tem tanta gente desempregada, tenho medo de que a violência aumente. Aqui não podemos deixar nossa propriedade sem ter alguém, porque se não tem ninguém pode virar alvo de assalto, e de matança de nossas vacas leiteiras. Nem quero imaginar isso.*

50) Você acha que algo mudou em você em termos de gastos com essa pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que eu agora não vou a shopping e também não sinto falta de ir, assim não gasto naquilo que não preciso.*

51) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Comprar o que realmente precisa.*

52) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Separar o seu lixo, hoje tem lugar para levar o lixo reciclável.*

53) O que mudou em sua vida, em termos de consumo com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Eu passei a comprar mais o que preciso, e deixei de comprar algumas coisas que não preciso, não comprei mais roupas. Minha esposa também está mais tranquila, não quer ir para as lojas fazer compras, tem medo da pandemia.*

54) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que para nós vai ser da mesma forma, só vou comprar o que preciso e posso pagar.*

55) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Eu diria, não compre mais do que você pode pagar porque as dívidas tiram o sono de qualquer um.*

56) O que você acha que vai mudar depois da pandemia em sua vida em termos de gastos com produtos e serviços?

**Resposta:** *Eu acho que pouca coisa vai mudar, que os preços vão continuar subindo, e que a gente vai ter de achar outra forma de arrumar mais dinheiro para conseguir comprar as rações que os bichos precisam. Estou pensando em fazer mais áreas de pastos. Não acho que depois da pandemia tudo voltará a ser como antes. Acho que vamos ter de encontrar um jeito de continuar plantando e cuidando dos bichos, e de nos conformarmos com a falta de dinheiro.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo.

## Entrevista 2

Realizada em: 23/01/2021. Horário: 15.00 hs,  
Atividade exercida: produtora rural  
Duração da entrevista: 55 minutos.

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *60 anos*

2) Em que você trabalha?

**Resposta:** *Eu trabalho ajudando na propriedade, ajudo a tirar leite, faço limpeza da leitaria, cuidado da casa, faço comida, trabalho onde estão precisando de mim.*

3) A quanto tempo exerce a atividade agropecuária?

**Resposta:** *Desde que me casei, vim morar aqui e então a trinta e cinco anos trabalho aqui na nossa propriedade, onde criamos os nossos filhos.*

4) Quem é que faz as compras dos materiais para a sua propriedade?

**Resposta:** *Meu marido e meu filho, e eu faço os pagamentos, sou eu quem faz as contas. Tanto o meu marido, como o meu filho não se envolvem com a correria de ir até o banco, e fazer os pagamentos. Sempre gostei de organizar os papéis, e se não fosse eu seria uma bagunça total, esses só sabem gastar, e depois sou eu a me virar para fazer os pagamentos.*

5) Durante o período da pandemia Covid-19 enfrentou problemas para resolver suas atividades de fazer os pagamentos?

**Resposta:** *Muitos, tive de me adaptar a fazer pagamentos pelo computador e na época só tinha o computador do meu filho. Os bancos fecharam, as contas aumentaram, e tive que tentar fazer com que todos fizessem uma economia, faltou dinheiro para pagar as contas. O preço da ração para os bichos subiu uma barbaridade, e também subiu as compras de comida no supermercado, a conta de luz também subiu. Então o problema foi conseguir pagar as contas, ainda bem que veio o abono emergencial, que deu uma ajuda, aqui todos receberam.*

6) O que fez para conseguir economizar nos gastos da casa?

**Resposta:** *O que nós sempre fazemos, apertar o cinto, tentar economizar em tudo. Pedir, implorar para que desliguem as luzes. Também passei a fazer mais pão em casa, antes toda vez que alguém ia até a cidade trazia pão da padaria.*

7) Qual o produto que adquire que mais subiu nesse período?

**Resposta:** *A carne de boi e o arroz.*

8) Tinha algum fundo de reserva financeiro antes da pandemia? Tinha algum dinheiro na caderneta de poupança? Estava fazendo economia para algum investimento?

**Resposta:** *Não, é difícil ter dinheiro na poupança, sempre que sobra algum dinheiro tem uma fila de coisa faltando, a anos que não sei o que é poupança.*

9) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Sim, todos aqui receberam. O meu filho comprou um computador para ele, eu e meu marido usamos o nosso para pagar contas e falar com os parentes pelo facebook. Era preciso um computador a mais, porque agora eu também uso, e o dele estava sendo usado por todos. Agora ele tem um computador só para ele, o que é bom porque ele usa para falar com os amigos, e mandar currículo. Sabes que ele é engenheiro mecânico, formado há mais de quatro anos e não conseguiu emprego fora daqui. Me entristece falar disso, dá uma pena, um sonho de ter um diploma, fez universidade pública, ele é muito inteligente, mas não tem trabalho. Muitos dos amigos dele que se formaram com ele também estão desempregados, sorte nossa que temos a leitaria, e fome aqui não se passa. Meu filho é um guri bom, trabalha bastante, ajuda bastante, às vezes penso que quando ele conseguir sair para trabalhar como engenheiro, vai fazer falta no trabalho da propriedade. Peço a Deus que ele consiga trabalhar como engenheiro.*

10) E teu filho como engenheiro ajuda bastante na propriedade, tem algum aproveitamento do seu estudo de engenheiro para a sua propriedade?

**Resposta:** *Meu filho sempre ajuda em tudo, é inteligente, com ele aqui não tem dia ruim, se quebra alguma coisa ele e o pai saem para consertar, e só depois quando não conseguem é que levam para um técnico. Eu acho que ele deve tentar um emprego e não desistir de trabalhar como engenheiro, é o sonho dele, para trabalhar na leitaria não precisa de diploma, mas na hora certa ele vai conseguir com a graça de Deus.*

11) Como foram feitas as compras nesse período da pandemia? Comprou pela internet?

**Resposta:** *Não, aqui não tem como comprar pela internet eles cobriam uma fortuna se tivesse de pagar o frete. Eu usei a internet para ver preços e, também para falar com meus parentes.*

12) Nesse período fez alguma compra para alguém, algum vizinho, familiar que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Aqui a gente sempre compra para alguém quando vai na cidade a gente avisa, sempre foi assim e traz as encomendas.*

13) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da propriedade e de casa?

**Resposta:** *Infelizmente não faço, se eu me perguntar o quanto foi gasto com ração nesse ano eu não sei, como também não sei o quanto eu gastei com o supermercado, teria de fazer uma soma das faturas do cartão que eu guardo para comprovar que estão pagas.*

14) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Temos sim, financiamento para a compra do trator, ainda faltam muitas prestações para terminar, não vejo a hora de quitar essa dívida.*

15) Usa o valor do cheque especial?

**Resposta:** *Tem mês que não tem jeito a gente usa, mas procuro não usar porque os juros são muito altos. Mas quando não tem remédio tem de usar e pronto.*

16) Na sua opinião o que limita o valor de seus gastos, suas compras?

**Resposta:** *Limite tem a ver com o que?*

17) Limite tem a ver com o teto que determina o valor máximo que tu podes gastar com compras, tem alguma coisa que determina até quando podes gastar com a propriedade e com a casa?

**Resposta:** *Tem sim, é o quanto de dinheiro a gente tem ou vai ter com a venda do leite. E o pior é que todo o mês falta, a gente acaba sempre gastando mais do que vai receber com o leite.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Eu na maioria das vezes quando saio para fazer compras sei o que quero, e assim já vou certo no lugar comprar. E agora com a internet, faço até pesquisa para saber o preço do que quero.*

19) Que problemas percebeu que afetaram o seu consumo na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *O comércio ficou mais fechado do que aberto, os shoppings também. As coisas subiram muito de preço. Eu quase não comprei coisas para casa e para mim. Só comprei mesmo foi para a minha neta, que cresceu e estava sem roupas.*

20) Durante a pandemia você comprou as mesmas coisas que comprava antes?

**Resposta:** *Não, eu não comprei quase nada, não comprei roupas, deixei de comprar presentes para festas da família que tinha todo o mês. E, também não fomos mais para a cidade para comer em restaurante, a gente ia sempre umas duas vezes por mês.*

21) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava?

**Resposta:** *Não que eu me lembre.*

22) O que você acha que teve preço aumentado durante a pandemia?

**Resposta:** *Tudo, para mim tudo subiu de preço.*

23) E o que você fez para enfrentar esse aumento de preços?

**Resposta:** *Olha eu deixei de comprar roupas e presentes de aniversário (já falei isso). O que eu passei a fazer foi pão, agora praticamente não compramos mais pão, quando vamos à cidade.*

24) E para o preço da carne que subiu, do arroz e do feijão?

**Resposta:** *Com comida tudo fica mais difícil, a gente agora não tem feito churrasco que era toda a semana, e também tem comido mais carne de porco e umas galinhas que criamos aqui mesmo.*

25) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Não mudou muita coisa, aqui sempre tem trabalho para fazer quando se termina lá fora, começa aqui dentro de casa.*

26) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *Claro, vejo o preço antes de fazer a compra.*

27) Já desistiu de uma compra? Porquê?

**Resposta:** *Já desisti sim, depois que comecei a pensar no quanto era caro, e que poderia ficar sem.*

28) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Quando vou à cidade aproveito para comprar o que está faltando, eu acho que sempre penso antes de comprar.*

29) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Muitas vezes comprei e depois fiquei arrependida de ter gastado tanto com o que comprei.*

30) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *A gente sempre se assusta com o preço do supermercado e da farmácia, mas não se arrepende de ter comprado porque ninguém pode ficar sem remédio sem comida.*

31) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *Acho que nada, a gente fica feliz de comprar o que quiser, e depois fica preocupado em pagar. Hoje pouca coisa se compra à vista, com dinheiro.*

32) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Mulher sempre tem roupa que comprou e não usou, fora isso não me lembro de mais nada.*

33) Mudou suas compras na época da pandemia, ou seja, tem algum gasto que não praticou no período da pandemia?

**Resposta:** *Já te disse eu deixei de comprar foi presente para todos os parentes e amigos que faziam aniversário, agora com a covid não tem mais festa de aniversário. Mesmo assim, a gente sempre compra um presentinho para os mais chegados da família. Também não gastei mais em salão de beleza, para arrumar o cabelo e fazer as unhas. Aprendi a arrumar as minhas unhas, e olha que isso foi uma boa economia.*

34) Você adota alguma atitude de consumo que pode ser considerado um consumo que visa a preservação ambiental?

**Resposta:** *Aqui a gente aproveita tudo, quase tudo vira adubo, e se usa tudo o que é embalagem que dê para aproveitar tem serventia, pouca coisa se joga no lixo.*

35) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu acho que sim, todos nós nos preocupamos e queremos defender o meio ambiente. Me lembrei que tenho usado sacolas de pano quando vou para a cidade.*

36) Quando compra se preocupa com o que?

**Resposta:** *Eu pouco compro, eu acho que me preocupo em ter como pagar quando faço alguma compra.*

37) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Muitas coisas.*

38) Está faltando alguma coisa em sua casa ou na sua propriedade?

**Resposta:** *Casa de pobre sempre falta alguma coisa.*

39) O que você acha que faz de bom para o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu não joga lixo na rua, e sempre recolho o lixo dos outros quando vejo.*

40) Consegue precisar o percentual de seu gasto mensal com alimentos, medicação, ração, lazer?

**Resposta:** *Não sei exatamente o quanto gastamos, se eu fizer as contas eu posso dizer, mas para isso tenho de pegar as faturas da conta do cartão de crédito.*

41) Tem algum controle do que gastou, em que gastou?

**Resposta:** *Não, eu nunca fiz isso, quando tiver tempo eu vou fazer e aí posso te dizer, sei que é importante, mas até agora não fiz.*

42) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Aqui fora tudo é muito bom, tem ar puro, todos os que vem aqui gostam de ficar aqui. Eu gosto de viver aqui, vivemos bem, não falta nada.*

43) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da agricultura?

**Resposta:** *Não férias a gente não pode tirar por causa das vacas, se um sai um pouquinho o outro tem de ficar, mas essa é a vida de quem vive da agricultura. Eu, antes da pandemia ia sempre às festas de aniversário da família, fazia festa aqui em casa toda vez que um estava de aniversário, mas agora nós temos que se contentar e ficar em casa.*

44) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho depois que todos se vacinarem a gente vai poder se reunir de novo, e olha que isso está fazendo falta, sinto falta de ter todos os parentes na volta, de abraçar e não usar essa máscara.*

45) Você acha que algo mudou em você em termos de gastos com essa pandemia?

**Resposta:** *Não sei, acho que se mudou foi pouca coisa, eu não percebo, posso dizer que todos nós estamos com medo de gastar e depois não ter como pagar.*

46) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pesquisar muito e depois só comprar o que precisa.*

47) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Usar sacola de pano, desligar as luzes quando não está usando, entregar o lixo reciclável para que possa ser reciclado.*

48) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Acho que as pessoas vão enlouquecer saindo para fazer compras e comprar coisas novas, isso é o que eu acho.*

49) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Tenha cuidado às vezes você pode se endividar por causa de uma coisa que nem precisava. Então procure bastante antes de comprar, para não se arrepender depois.*

50) O que você acha que vai mudar depois da pandemia em sua vida em termos de gastos com produtos e serviços?

**Resposta:** *Quem sabe eu não aprendo a fazer esse controle do que eu gasto na casa e na propriedade, depois das perguntas que me fizestes, fiquei com vergonha de não ter esse controle. É quem sabe eu não faça isso, vou arranjar tempo para fazer, te prometo.*

51) O dinheiro que sua família ganha com a venda do leite é suficiente para cobrir todas as despesas da casa e da propriedade?

**Resposta:** *tem de ser, não temos outro lugar para conseguir dinheiro, não temos parentes que possam nos dar então temos é que trabalhar e pronto.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo que estou realizando, foi de grande valia.

### **Entrevista 3**

Realizada em: 23/01/2021. Horário: 16.05 hs,

Atividade exercida: produtor rural

Duração da entrevista:30 minutos.

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *32 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteiro*

3) Tem filhos?

Resposta: *Não*

4) Você reside com seus pais?

Resposta: *Sim*

5) Estudou até que série?

**Resposta:** *Eu sou engenheiro mecânico formado, e trabalho aqui na nossa propriedade rural.*

6) A quanto tempo exerce a atividade agropecuária?

**Resposta:** *Desde pequeno sempre ajudei meus pais, e depois de formado trabalho direto. Não desisti de trabalhar como engenheiro, e enquanto não consigo fico aqui ajudando meus velhos no nosso negócio.*

7) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade da propriedade rural?

**Resposta:** *Não temos funcionário, os gastos são com alimentos dos animais, medicamentos veterinários, suprimentos de forma geral, sementes, peças de reposição dos poucos equipamentos que temos. Tem também o combustível para fazer trabalhar os equipamentos e o alto gasto com a conta de luz. E não se pode esquecer que os gastos da casa fazem parte da conta, porque é daqui que vivemos.*

8) Tem responsável na propriedade para efetuar as compras, ou cada um compra o que é necessário?

**Resposta:** *Somos uma família então conversamos sobre o que cada um faz, o mesmo acontece com as compras. Normalmente compramos tudo no cartão, e a minha mãe faz o pagamento.*

9) Durante o período da pandemia Covid-19 identificou algum problema que atingiu a sua atividade agropecuária?

**Resposta:** *Vários. Ficou mais difícil de trabalhar, aumento de preço de praticamente tudo. Para vender nossa produção de legumes foi preciso buscar os clientes, que antes vinham até aqui, e assumir a entrega dos pedidos que passaram a fazer via whatsapp ou facebook, e com isso aumentou o nosso gasto com combustível. Um caos, para buscar alimentação para os bichos foi complicado o preço disparou em uma velocidade astronômica.*

10) Qual o produto que adquire que mais subiu nesse período?

**Resposta:** *Comida dos animais e combustível.*

11) Tinha algum fundo de reserva financeiro antes da pandemia? Tinha algum dinheiro na caderneta de poupança? Estava fazendo economia para algum investimento?

**Resposta:** *Eu até tinha uma grana que estava juntando para fazer uma pós-graduação, e que acabei usando para ajudar a pagar as despesas que aumentaram nessa maldita pandemia.*

12) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Sim, recebi e acabei usando para comprar um computador*

13) Como foram feitas as compras de ração, medicamento para os animais e alimentos para sua família nesse período da pandemia? Comprou pela internet?

**Resposta:** *Usei a internet para ver o preço, liguei para as agropecuárias, fiz chamada pelo whatsapp para fazer a reserva, e eu ou o meu pai fomos até a cidade para fazer a compra. Aqui não fazem entrega é longe, e se fizessem sairia muito caro.*

14) Nesse período fez alguma compra para alguém, algum vizinho, familiar que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Aqui onde vivemos, é normal avisar os vizinhos que vamos a cidade fazer compras. E quando alguém vai, compra para o outro, nos comunicamos sempre.*

15) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da propriedade e de casa?

**Resposta:** *Se sabe o quanto se tem para pagar somando as notas de compra e a fatura do cartão. Mas controle de gastos não temos não.*

16) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Eu não, mas o pai tem financiamento rural, e todo o mês tem de pagar a prestação, se atrasar é juros alto.*

17) Na sua opinião, o que limita o valor de suas compras?

**Resposta:** *A falta de dinheiro.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Depende, as vezes compro porque vi e acho que gosto, ou então porque me pedem para comprar.*

19) Na pandemia do Covid-19 deixou de consumir alguma coisa que estava acostumado antes da pandemia?

**Resposta:** *Na pandemia tudo ficou fechado, não sai mais para comer fora, não fui a nenhum show ou evento social. E tudo ficou mais caro para nossa atividade.*

20) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Acho que passamos a comer mais em casa eu e minha namorada, também a assistir séries e filmes. Fui obrigado a assinar o aplicativo da (Netflix) para ver filmes e séries porque a TV aberta não oferece nada de bom.*

21) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *Não. Também, comprar para que, se não se pode sair para lugar algum.*

22) O que você acha que mais aumentou de preços durante a pandemia?

**Resposta:** *A gasolina e os alimentos para os animais.*

23) E o que você fez para enfrentar esse aumento de preços?

**Resposta:** *Não posso fazer nada, precisamos da gasolina para andar e resolver todos os problemas, e os animais precisam comer. O pai está fazendo uma área de pastos para tentar diminuir um pouco o gasto com a comida dos animais.*

24) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Acho que o pão e a carne.*

25) Que tipo de carne?

**Resposta:** *Gostamos muito de carne de boi. Mas comemos de tudo, carne sempre tem, ou é de boi, ou de porco, ou galinha.*

26) Quantas vezes por semana come carne de boi?

**Resposta:** *Acho que umas três a quatro vezes.*

27) O pão que é consumido em sua casa, vem de onde?

**Resposta:** *Na maioria das vezes é feito por minha mãe, e quando vamos a cidade algumas vezes compramos pão na padaria.*

28) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Bastante, aqui as coisas não param, eu trabalho da mesma forma que antes, tem dias que fico um pouco triste por causa de tudo o que estamos vivendo, dos amigos que perdemos. Procuo não pensar nessa desgraça de toda essa pandemia e continuo trabalhando. Não consegui fazer o trabalho que quero que é de seguir minha profissão de engenheiro, mas estou contente em estar aqui como os meus pais, e trabalhando em uma coisa que sei fazer. Aqui o serviço não para.*

29) Continua procurando trabalho como engenheiro?

**Resposta:** *Sim, continuo mandando currículo, um dia pode ser que consiga.*

30) O teu trabalho na propriedade te traz uma renda, um salário?

**Resposta:** *Eu vivo daqui, da mesma forma que meus pais, quando preciso de algum dinheiro peço aos meus pais. Não tenho uma retirada mensal, nem poderia porque o dinheiro é curto, às vezes não é suficiente para pagar todos os gastos.*

31) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *Acho que o preço.*

32) Já desistiu de uma compra? Porquê?

**Resposta:** *Às vezes penso em comprar alguma coisa, e depois eu desisto quando surge outra mais importante. Desistir de uma compra..., eu acho que sim, falta dinheiro e a gente deixa para lá.*

33) Você vai as compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Não sei se vou às compras, a não ser quando se sai daqui para comprar ração para os animais. Não sou uma daquelas pessoas que vai às compras como um programa de passeio.*

34) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Já comprei algumas coisas inúteis pela internet que não funcionaram, depois joguei fora e não me lembro mais.*

35) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *Quando compro comida para os animais.*

36) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *Arranjar dinheiro para pagar a conta.*

37) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Se procurar tem sim, se pensar bem acho que teve ter alguma roupa que comprei e nunca usei.*

38) Mudou suas compras na época da pandemia, ou seja, tem algum gasto que não praticou no período da pandemia?

**Resposta:** *Já te disse, não sei mais, e não bebi na rua ou comi, agora é tudo aqui em casa, até a namorada veio para cá.*

39) Você adota alguma atitude de consumo que pode ser considerado um consumo que visa a preservação ambiental?

**Resposta:** *Eu acho que todos nós de alguma forma visamos a prevenção ambiental, eu planto árvores, aquelas árvores da entrada fui eu que plantei.*

40) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Me preocupo como qualquer pessoa que quando pode, não compra um produto que pode agredir o meio ambiente. Digo quando pode, porque os produtos tidos como não agressivos ao meio ambiente são muito mais caros e não são acessíveis a todos.*

41) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Eu compraria uma casa e um carro.*

42) Está faltando alguma coisa em sua casa ou na sua propriedade?

**Resposta:** *Um emprego como engenheiro e aí do resto eu me encarregarei.*

43) Consegue precisar o seu gasto mensal por tipo de produto adquirido?

**Resposta:** *Eu gasto pouco, acho que meu maior gasto é o combustível quando vou a cidade.*

44) Tem algum controle do que gastou, em que gastou?

**Resposta:** *A fatura do cartão de crédito, se parar para somar descubro onde foi que gastei.*

45) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu acho que sim, sou feliz com minha namorada e amigos, a minha família é tranquila.*

46) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da agricultura?

**Resposta:** *Não, lembro quando tirei férias, quem não tem muito dinheiro não sabe o que é isso. Antes da pandemia eu saía com amigos para pescar, para uma festa, mas sempre foi coisa de final de semana.*

47) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que aos poucos as coisas vão voltando ao normal, vamos poder sair para a rua de novo.*

48) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Economizar energia desligando aparelhos da corrente quando não está usando.*

49) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Planto árvores, procuro economizar energia.*

50) O que mudou em sua vida, em termos de consumo com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Eu passei a não visitar mais shopping e dessa forma não comprei nada.*

51) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que quem quiser comprar vai continuar comprando, espero que as pessoas tenham aprendido que não precisam de tantas roupas para continuar vivendo. Eu sinceramente pouco compro roupas, sempre ganho de minha mãe ou namorada, não dou valor para isso.*

52) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Que pensem em comprar apenas o que precisam, que não aceitem essas propagandas de que a roupa faz a diferença, porque acabam se endividando.*

53) O que você acha que vai mudar depois da pandemia em sua vida em termos de gastos com produtos e serviços?

**Resposta:** *Vamos continuar vivendo e comprando o que tem de ser comprado para continuar nossa atividade. Eu acho que não sou uma daquelas pessoas que compra tudo o que vê.*

Muito obrigado por sua participação neste estudo.

#### **Entrevista 4**

Realizada em: 24/01/2021 às 11.00 hs.

Atividade exercida: Pesca artesanal

Duração da entrevista:40 minutos.

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *35 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim. Uma guria de cinco anos, e um guri de sete e outro de 12 anos*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Não.*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família? Recebe o seguro Defeso?

**Resposta:** *Minha mulher recebe R\$ 180,00 de bolsa família por mês, e eu todo o ano recebo o seguro defeso, sou pescador né.*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Eu aprendi a ler e saí do colégio, estudei pouco.*

7) A quanto tempo exerce a atividade da pesca?

**Resposta:** *A vida inteira fui um pescador.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade da pesca?

**Resposta:** *Eu trabalho por conta, tenho um barquinho, de gasto é óleo para o motor e as redes.*

9) Me conte como funciona na sua família as compras, quem faz e quem paga?

**Resposta:** *Quem paga sou eu que trabalho. A gente compra quando tem dinheiro e paga. Sempre deixo algum dinheiro com a minha mulher para ela gastar com o que precisa. Não é muito, mas quando se tem filhos crianças sempre tem o que gastar.*

10) Durante o período da pandemia Covid-19 identificou algum problema que atingiu as suas compras? Faltou alguma coisa?

**Resposta:** *Problema é o que não faltou nessa tal de Covid. Tudo subiu de preço, e parece que não vai terminar tão cedo. Tive de comprar um celular para meu guri para ele estudar. Agora tudo é pela internet. E aí gerou uma confusão, todos os outros dois querem celular. Eu não tenho como comprar, ainda não paguei o celular dele. Sei lá onde isso vai parar.*

11) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *Tudo subiu, nós temos até medo de ir no mercado.*

12) O senhor tinha alguma poupança?

**Resposta:** *Eu nunca tive poupança guria.*

13) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Recebi sim. E ajudou muito, recebi e paguei contas de água e luz que estavam atrasadas. Agora com as crianças em casa, a conta da luz disparou.*

14) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *A gente continua indo no supermercado, e na maior parte das vezes no mercadinho aqui de perto, os preços são maiores, mas ele vende para pagar depois, e como tem vezes que não temos dinheiro para ir ao supermercado a gente compra lá mesmo.*

15) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Cuidamos de nossas mães e avós. Eu e minha mulher fizemos as compras para elas, se não cuidarmos de nossa família, quem é que cuida. Vou à farmácia, ao centro de saúde para elas, quando não posso a mulher vai.*

16) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da pesca e da sua casa?

**Resposta:** *Eu sei o quanto devo, eu nunca me esqueço.*

17) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Comida e óleo para o barco. A gente compra e quando não consegue pagar, tem que correr atrás.*

18) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Tenho sim. A anos estou negativado, não tem como pagar, não posso ter conta em banco por isso. Também não tenho grandes dinheiro, e para eles a gente não interessa. As vezes recebo mensagem de cobrança no celular, nem atendo.*

19) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Dinheiro, ora.*

20) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Penso sim, penso em se posso ou não pagar. É difícil mesmo, às vezes as crianças pedem coisas, e eu não tenho como pagar.*

21) Na pandemia do Covid-19 deixou de consumir alguma coisa que estava acostumado antes da pandemia?

**Resposta:** *A carne vai ficando cada vez mais escassa, está pela hora da morte.*

22) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *A gente começou a comer mais pão que a mulher começou a fazer.*

23) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *Dinheiro, esse eu tenho uma dificuldade de encontrar, e quanto mais trabalho mais ele some da minha presença.*

24) E o que vocês fizeram para enfrentar o aumento de preços na pandemia?

**Resposta:** *Nada, a gente não enfrenta isso, não tem como.*

25) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Arroz e feijão*

26) Quantas vezes por semana come carne de boi?

**Resposta:** *Umas duas ou três. A gente come bastante peixe, também é o que tem, eu que trago. Mas na Covid o preço do peixe subiu, então às vezes, é mais em conta vender e comprar alguma misturinha. Em casa a gente come bastante carne de galinha. Que também aumentou de preços, por enquanto é o que comemos.*

27) Como foi o seu trabalho na pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Duro como sempre, com muito medo de pegar a doença, mas tem que ir e trabalhar porque senão vai faltar comida na mesa da casa da gente.*

28) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *O preço e o que eu preciso.*

29) Já desistiu de uma compra? Porquê?

**Resposta:** *Eu não.*

30) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Claro que sim.*

31) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Na hora de pagar, a gente sempre se arrepende, sobretudo quando compra alguma roupa ou brinquedo para os filhos. Já estou arrependido de ter comprado aquele celular, vou levar um ano pagando. Comprei no cartão de minha mãe, e tenho que pagar todo o mês. Eu não tenho cartão, a minha mãe me empresta quando eu preciso comprar alguma coisa. Eu sempre pago por ela.*

32) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *Acho que não. Se é farmácia eu fico com raiva de comprar remédio, se é loja também não gosto de comprar roupas. Minha mulher compra e depois é uma briga para pagar, porque não me conformo com o que tem de contas.*

33) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *Pagar e pagar.*

34) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Eu acho que não, pobres não tem isso não.*

35) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Claro que eu me preocupo, eu não largo lixo na rua e repreendo meus filhos.*

36) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Eu compraria tanta coisa. Eu compraria um carro, uma casa, um monte de coisa boa, um lugar bem bonito para fazer uma casa bem grande. Eu também compraria um grande barco.*

37) Falta alguma coisa em sua casa ou na sua propriedade?

**Resposta:** *Claro que sim, falta tudo. Celular, computador para aquelas crianças, móveis porque tudo é velho, meu barco também poderia ser melhor, falta tudo só não falta é alegria, que isso tem bastante.*

38) Consegue precisar o seu gasto mensal por tipo de produto adquirido?

**Resposta:** *Eu te digo que gasto tudo com minha família, e olha que sempre falta.*

39) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu graças a Deus não sou doente, sou sim feliz, tenho meus filhos, minha mulher e tiro sustento da minha família da pesca. Tenho amigos, sim eu sou feliz.*

40) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da pesca?

**Resposta:** *Ia jogar futebol quando não tinha a Covid-19, agora é ficar em casa e só. Férias isso eu não sei o que é.*

41) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que tudo vai ficar mais caro e perigoso, com tanto desempregado eu não sei onde isso vai parar.*

42) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Sei lá, usar bastante as coisas para não ter que comprar outras.*

43) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Não jogar lixo na rua.*

44) O que mudou em sua vida, em termos de consumo com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Mais dor de cabeça para pagar as contas, e não saber se amanhã vou estar vivo.*

45) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *A mesma coisa.*

46) Tem registro da atividade de pesca?

**Resposta:** *Claro que sim, bem direitinho, se me acidento a minha mulher tem direito.*

47) O que é preciso para pescar?

**Resposta:** *Gostar do mar, gostar do que faz e saber fazer direito porque no mar não tem segunda chance.*

48) Pescar se aprende?

**Resposta:** *Não, ou tu sabes ou não sabes pescar. Não é para qualquer um mesmo. Ganha-se pouco, mas tem de saber fazer.*

49) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Que consumir é coisa de se pensar, porque para pagar é difícil, e comprar é tão fácil.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo.

## **Entrevista 5**

Realizada em: 24/01/2021 às 19.00

Atividade exercida: Construção (pedreiro)

Duração da entrevista: 50 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *30 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim. Duas meninas de quatro e sete anos.*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Não.*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família?

**Resposta:** *Não*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Fiz o ensino médio*

7) A quanto tempo exerce a atividade da construção?

**Resposta:** *Desde sempre, sempre trabalhei com construção, comecei ajudando o pai e depois que aprendi fui trabalhar por conta.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade da construção?

**Resposta:** *Gasolina para chegar até o trabalho o resto é por conta do dono da obra.*

9) Me conte como funciona na sua família as compras, quem faz e quem paga?

**Resposta:** *A minha mulher compra, eu compro e vamos indo, no final do mês quando chega a fatura do cartão eu pago. Tudo é comprado no cartão de crédito, e aí vem a dor de cabeça quando essa fatura vence.*

10) Durante o período da pandemia Covid-19 identificou algum problema que atingiu as suas compras? Faltou alguma coisa?

**Resposta:** *Tu falas no aumento das coisas, claro que foi um problema aumentou tudo. Graças a Deus, não faltou nada lá em casa, porque não faltou trabalho para mim. Não se pode mais ver os parentes e amigos, não fiz mais churrasco nos finais de semana.*

11) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *A carne essa sim, foi uma vergonha.*

12) O senhor tinha alguma poupança?

**Resposta:** *Não.*

13) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E no que gastou?

**Resposta:** *Sim, gastei nem sei no que, foi junto para pagar fatura do cartão, água, luz, gás.*

14) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Procurando o preço mais baixo, vendo aqueles panfletos e propagandas na televisão. Nós vamos comprar no supermercado, e na venda perto de casa.*

15) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu não, eu chego em casa tão tarde que mal tenho tempo de comer para dormir. A minha mulher compra às vezes para uma vizinha que já está idosa, e pede para ela fazer compras.*

16) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Não, se pensar a gente enlouquece, então não é bom mexer nisso.*

17) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Sei que cada mês pago mais e mais. Todo o mês tem gastos novo, quem tem criança é assim.*

18) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Eu estou pagando um empréstimo que fiz e que não termina nunca.*

19) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Falta de dinheiro mesmo.*

20) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Quando eu compro alguma coisa eu penso que tenho de arranjar um trabalho para não ficar parado e ter dinheiro para pagar.*

21) Na pandemia do Covid-19 deixou de consumir alguma coisa que estava acostumado antes da pandemia?

**Resposta:** *Acho que diminui o consumo com cerveja, nós não fazemos mais churrasco nos finais de semana com a família. Que falta isso me faz.*

22) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não.*

23) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *Que eu me lembre não. O que eu fiz foi levar comida para o meu trabalho, agora carrego marmita, com isso não vou a restaurantes e acabo ganhando uns trocados. Também levando a marmita, eu não chego muito perto de outras pessoas.*

24) E o que você fez para enfrentar o aumento de preços na pandemia?

**Resposta:** *O que a gente faz sempre é reclamar para os amigos.*

25) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *carne, nem que seja um pedacinho tem de ter.*

26) Quantas vezes por semana come carne de boi?

**Resposta:** *Acho que uns três ou quatro dias. Os outros são carne de porco e galinha.*

27) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Não posso me queixar, consegui trabalho direto e ainda tenho trabalho para fazer. O problema é a subida de preço da comida e da gasolina, e com tanta gente desempregada os clientes também não querem pagar o que pagavam pelos serviços. Tem muita gente fazendo de tudo para conseguir um trabalho, então sobe tudo e o preço do serviço da gente para não perder cliente tem de ser menor do que era. Não está fácil, é muita gente querendo o teu emprego.*

28) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *Eu acho que o preço.*

29) Já desistiu de uma compra? Porquê?

**Resposta:** *Sim claro que sim, quando me venderam uma serra de corte que não funcionou, fui lá e devolvi.*

30) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Sim eu sempre sei o que vou comprar*

31) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Sempre quando pago me arrependo de ter comprado, mas aí não tem mais jeito.*

32) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *Eu não me arrependo de comprar comida, triste é quem não pode e passa fome.*

33) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *Ficar satisfeito com o serviço, ficar feliz com poder pagar.*

34) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Acho que não.*

35) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu me preocupo sim, acho que todos se preocupam, pena que nós não podemos fazer muita coisa.*

36) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Um carro, uma moto, uma casa grande, uma casa na praia.*

37) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Sempre falta, ainda mais quando se tem filhas.*

38) Consegue precisar o seu gasto mensal por tipo de produto adquirido?

**Resposta:** *Não, nem quero saber.*

39) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu tenho sim.*

40) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da construção?

**Resposta:** *No final do ano sempre vou para a casa dos meus avós no interior do estado passar o Natal e o Ano Novo.*

41) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Tomara que mude e que não venha mais uma pandemia dessas.*

42) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Ser responsável por suas contas e não comprar tudo aquilo que vê.*

43) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Andar mais a pé e de bicicleta. Eu quando trabalho perto vou de bicicleta para o trabalho.*

44) O que mudou em sua vida, em termos de consumo com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Gastamos mais porque tudo subiu.*

45) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Eu gasto muito pouco em roupa, lá em casa a gente gasta com roupa para as crianças. Também no trabalho não pode ser uma roupa muito boa, porque senão não tem dinheiro que chegue.*

46) Tem registro da atividade da construção?

**Resposta:** *Sim, sou mico empreendedor.*

47) O que é preciso para trabalhar na construção?

**Resposta:** *Força de vontade, responsabilidade e saber o que tem que fazer.*

48) Trabalho na construção se aprende?

**Resposta:** *Se quiser acho que sim. Tem que ter força de vontade para fazer bem feito, se fizeres errado não consegues te firmar.*

49) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Consumir é bom, mas não esquece que vais ter que pagar a criatura.*

Muito obrigado por sua valiosa contribuição ao estudo.

## **Entrevista 6**

Realizada em: 25/01/2021 às 10.00 hs.

Atividade exercida: Jardinagem

Duração da entrevista: 40 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *40 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *separada, mas não vivo sozinha moro com minha esposa.*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim, tenho 04 enteados (dois meninos, um de 05 e outro de 09 anos), e duas meninas (uma de 12 e a outra de 15 anos).*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Não.*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família?

**Resposta:** *Sim, a minha esposa recebe.*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Concluí o ensino médio, comecei a faculdade, mas parei e estava fazendo administração de empresas. Um dia eu volto.*

7) A quanto tempo exerce a atividade de jardinagem?

**Resposta:** *A pouco tempo, a uns 6 meses. Sou jardineira porque perdi o emprego com a pandemia. A empresa que eu trabalhava de caixa registadora fechou, e tive de arrumar alguma coisa para fazer. Quando acabou o seguro-desemprego, bateu um desespero, mandei tanto currículo e não consegui nada. Então como gosto de jardins, sai a oferecer os meus serviços e peguei um serviço e outro, e assim foi indo. Hoje trabalho quase todos os dias.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de jardinagem?

**Resposta:** *Eu comprei uma máquina de cortar grama, e não tenho outro gasto.*

9) Me conte como funciona na sua família as compras, quem faz e quem paga?

**Resposta:** *Lá em casa, a gente paga aluguel, então se gasta o mínimo possível, estamos sempre pensando em economizar. Eu e minha companheira compramos de comum acordo e vamos tentar equilibrar as contas.*

10) Durante o período da pandemia Covid-19 identificou algum problema que atingiu as suas compras? Faltou alguma coisa?

**Resposta:** *Eu tive problema com o aluguel, tivemos de negociar e graças a Deus conseguimos um valor menor com o locador. Também perdi o meu emprego, e não está fácil conseguir trabalho, o negócio foi cuidar de jardim.*

11) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *Tudo subiu de alimentos, não vejo nada que tenha baixado de preço.*

12) Tu tinhas alguma poupança?

**Resposta:** *Não, e usei todo o dinheiro da minha rescisão de trabalho. A gente não imaginava que essa pandemia iria durar tanto.*

13) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E no que gastou?

**Resposta:** *Recebi e gastei com o aluguel.*

14) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Alguma coisa a gente pede em casa, mas a maioria a gente compra no supermercado.*

15) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu até ganho uns trocos fazendo compras para umas senhoras que não podem sair de casa, também não sabem usar esses aplicativos de compras. A gente (eu e minha companheira) cuidamos delas, sempre que precisa de alguma coisa nos chamam.*

16) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Não tenho nenhum controle. Só sabemos das contas que temos para pagar.*

17) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Tirando o aluguel te digo que foi em comida, água e luz.*

18) Tem alguma dívida junto ao banco?

**Resposta:** *Nem conta no banco mais eu tenho, o que ficou foi uma dívida que não sei quando vou conseguir pagar.*

19) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Dinheiro*

20) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Enquanto eu vou ter que trabalhar para pagar.*

21) Na pandemia do Covid-19 deixou de consumir alguma coisa que estava acostumado antes da pandemia?

**Resposta:** *Deixei de comer na rua, agora como em casa, faço a nossa comida, tanto eu como minha esposa passamos a cozinhar e com isso estamos economizando um pouco.*

22) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Agora que estamos cozinhando acho que comemos mais bolos e doces. Eu aprendi a cozinhar com a internet e estamos economizando bastante.*

23) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *Emprego.*

24) E o que vocês fizeram para enfrentar o aumento de preços na pandemia?

**Resposta:** *Economizar tudo o que se pode.*

25) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Carne*

26) Quantas vezes por semana come carne de boi?

**Resposta:** *Agora acho que no máximo duas vezes na semana. Está muito caro o preço da carne de boi.*

27) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Difícil mesmo começar um novo trabalho, só consegui com a ajuda de amigos que me ofereceram essa oportunidade.*

28) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *O preço, e se realmente a gente precisa.*

29) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Sempre penso no que vou comprar, as vezes compro mais do que pensava, mas vou com o pensamento do que preciso comprar, outras vezes compro o que não pensei em comprar e esqueço o que tinha para comprar.*

30) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Antes eu comprava e não ligava, agora eu penso muito nas crianças e na minha esposa não quero que passem trabalho.*

31) Tem algum lugar que vai fazer compras e não se arrepende?

**Resposta:** *A gente não pode se arrepender é de comprar comida do resto nós não precisamos.*

32) O que importa depois da compra do bem ou serviço?

**Resposta:** *Saber que vai poder pagar.*

33) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Roupas eu tenho algumas.*

34) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Claro que sim. Veja o que estou fazendo cuidando dos jardins.*

35) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Uma casa para não mais pagar aluguel.*

36) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Eu acho que não, mas se olhar bem falta, nossos móveis não são bons. Falta computador para as crianças.*

37) Consegue precisar o seu gasto mensal por tipo de produto adquirido?

**Resposta:** *Eu gasto o que sobra do aluguel com comida. E me vejo louca para pagar a luz e a água.*

38) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Não sei, mas acho que sim, eu sou uma pessoa feliz.*

39) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de jardinagem?

**Resposta:** *Já tirei, agora só trabalho, e fico em casa.*

40) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Difícil até tudo se acertar.*

41) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Comprar só aquilo que precisar, e aprender a cozinhar.*

42) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Descartar seu lixo em lugar apropriado.*

43) O que mudou em sua vida, em termos de consumo com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Tudo perdi meu emprego, estou trabalhando de jardineira par conseguir sobreviver e cuidar de minha família.*

44) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Não sei, mas acho que as pessoas vão ter aprendido que gastam muito com roupas, e que podem viver bem sem comprar tantas roupas.*

45) Tem registro da atividade de jardinagem?

**Resposta:** *Não.*

46) O que é preciso para trabalhar de jardineira?

**Resposta:** *Saber fazer, gostar do que faz, cuidar com carinho das plantas e flores.*

47) Trabalho de jardinagem se aprende?

**Resposta:** *Eu acho que sim.*

48) Se você pudesse dar um conselho para as pessoas em termos de consumo, o que você diria?

**Resposta:** *Cuidado com o que consome pode ser que tenha problemas e tenha de trabalhar muito para conseguir pagar.*

Muito obrigado por sua valiosa contribuição ao estudo.

## **Entrevista 7**

Realizada em: 25/01/2021 às 12.00 horas.

Atividade exercida: Reparos

Duração:45 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *42 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim, um nené de 09 meses, se chama Mariana.*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Não, ela cuida do nené e da casa*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família?

**Resposta:** *Minha mulher recebe.*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Ensino médio.*

7) A quanto tempo exerce a atividade de reparos?

**Resposta:** *A mais ou menos um ano. Comecei a trabalhar por conta depois que tive de fechar o meu estabelecimento, eu tinha um restaurante que servia comida no almoço e com a pandemia não deu para continuar.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de reparos?

**Resposta:** *Eu tenho de ter os equipamentos porque os clientes não têm, eu atendo nas casas, então tenho que ter furadeira, chaves, lixadeira. Comprei uns, outros eu tinha e sai fazendo consertos, assim eu ganho a vida e trago comida para casa.*

9) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Muitos, por causa da pandemia tive de fechar o meu restaurante, e ainda sai com uma dívida de aluguel para pagar, fiz acordo com a minha funcionária, e consegui pagar a rescisão dela. Fiquei com a dívida do aluguel, ainda não consegui terminar de pagar. Entrei em depressão, estou tomando remédios e gastando com médico. Quase que meu casamento terminou, começou o desespero, atrasei conta de água, de luz e comecei a pensar só em coisas ruins, dormia o dia inteiro, e a noite só pensava besteira. Não foi fácil. Atrasei o pagamento do cartão de crédito, negocieei, entrei em empréstimos. Minha vida ficou de cabeça para baixo. Bati o carro e até hoje estou pagando o conserto. Um verdadeiro inferno essa Covid, graças a Deus não peguei essa doença.*

10) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Com comida, água, luz, internet e pagamento das dívidas.*

11) E roupas, móveis, equipamentos para a sua atividade, compra todo o mês?

**Resposta:** *Roupa e móveis, não se compra, quando não se tem dinheiro. A gente compra alguma roupa para a nené, mas ela ganha muita roupa. O gasto é com fralda e alguma coisinha que ela precise. Também se gasta bastante com remédio, eu agora estou com depressão, a minha mulher toma alguns remédios para a diabete, mas esses ela tira no Posto de Saúde. Os meus remédios não têm no Posto, e aí tenho de comprar. Móveis a gente não compra a muito tempo, até teria que comprar alguma coisa, mas vamos nos virando com o que temos. A geladeira precisa a muito tempo ser trocada, ainda funciona é assim que a gente faz. Os meus equipamentos eu quando posso compro algum, mas os clientes ajudam, porque é para fazer serviço para eles.*

12) Como é que iniciou a trabalhar com reparos?

**Resposta:** *Foi assim, eu conserto coisas a muito tempo, aprendi desde pequeno a consertar coisas. E então um amigo me pediu para fazer um armário e me pagou pelo trabalho, outro viu e pediu para consertar um telhado e lá fui eu. Quando vi já estava com serviço a semana toda, e um avisa o outro, e surgem novos pedidos, e aí vai. Eu sempre trabalhei bem com madeira. Outro dia fiz um remendo em uma porta que ficou um luxo, não estava no pedido do serviço, fiz por conta e a dona da casa gostou muito, me rendeu um bom dinheiro.*

13) Como fez para enfrentar a alta dos preços de alimentos na pandemia?

**Resposta:** *O que a gente sempre faz é procurar coisas mais baratas, faz procura em todos os lugares que vendem, e busca comprar o mais barato.*

14) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *A carne, tudo que é tipo de carne aumentou de forma abusiva.*

15) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E no que gastou?

**Resposta:** *Eu não recebi, minha mulher recebeu e gastou com comida e alguma coisa para a nené.*

16) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia? Vocês ganham roupas de quem?

**Resposta:** *No supermercado e no armazém que fica perto de casa. As roupas são de amigos que não usam mais e passam para nós. A gente também faz o mesmo, quando não usa passa para outros que possam usar.*

17) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não que eu me lembre.*

18) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Não, a gente faz o rancho e vai usando, quando termina compra na venda, e lá vai contas para pagar no final do mês. O rancho a gente faz no olho, vai comprando o que identifica que está precisando.*

19) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Se buscar na fatura do cartão dá para somar, de cabeça não sei não.*

20) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *falta de dinheiro.*

21) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *O que eu posso pagar, sempre penso nisso, se não posso pagar não é para mim.*

22) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não me lembro.*

23) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *Não. Também tudo ficou fechado, e a gente não sai mais para andar no comércio.*

24) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Feijão.*

25) Quantas vezes por semana come carne de boi?

**Resposta:** *Todos os dias eu não gosto de peixe e de galinha. A minha mulher não gosta de porco. Então lá em casa é só carne de boi, às vezes picada outras inteiras, todo o dia, nós comemos.*

26) Como foi o seu trabalho na pandemia do covid-19?

**Resposta:** *Triste tudo fechado. Fechei meu restaurante, era pequeno, mas era meu. E agora virei consertador de tudo.*

27) Consideras alguma coisa antes de fazer uma compra?

**Resposta:** *Só compro quando é preciso.*

28) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Eu acho que sim.*

29) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Não lembro de ter me arrependido.*

30) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Não me lembro.*

31) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Todos se preocupam.*

32) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Tanta coisa eu compraria, acho que casa, carro, lindos móveis e muitos brinquedos para a minha filha.*

33) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Praticamente tudo, nossos móveis são velhos, precisaria trocar tudo.*

34) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *A gente tenta, eu tenho saúde e uma família, e o resto é só ir andando que no final tem de dar certo.*

35) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de reparos?

**Resposta:** *Férias, claro que não, eu jogava futebol, ia pescar, às vezes saímos para dançar, mas agora nem isso pode.*

36) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *A mesma coisa, muita violência e muito desemprego.*

37) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pensar em pagar antes de comprar, o que você acha disso?*

38) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Separar o lixo e usar sacola descartável.*

39) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Passei a dar muito valor a minha vida e a da minha família. Perdi meu negócio, e estou trabalhando feito louco para não faltar nada em casa.*

40) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Acho que quem tem vai comprar e quem não tem vai ficar é sem.*

41) Tem registro da atividade de consertos?

**Resposta:** *Claro que sim. Tenho de ter muito dos meus trabalhos, eu tenho que dar nota fiscal.*

42) O que é preciso para trabalhar de consertos?

**Resposta:** *Ser curioso e bom em aprender, e ter paciência para consertar.*

43) Trabalho de consertos se aprende?

**Resposta:** *Pode ser que sim, pode ser que não, tem de querer aprender.*

Muito obrigado por tua preciosa colaboração ao estudo.

## Entrevista 8

Realizada em: 25/01/2021, às 21.00 horas

Atividade exercida: Entregador (motoboy)

Duração: 50 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *29 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim dois filhos um de cinco e outro de três anos.*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Trabalha comigo, eu ou ela estamos na rua na entrega, quando um chega o outro vai para a moto e faz entregas, e vamos nos revezando na entrega e nos cuidados das crianças.*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família?

**Resposta:** *Sim, a gente recebe o bolsa família das crianças.*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Sou professor de educação física, tenho ensino superior*

7) A quanto tempo exerce a atividade de motoboy?

**Resposta:** *Em torno de um ano.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de motoboy?

**Resposta:** *Gasolina e conserto da moto.*

9) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Primeiro foi o desemprego, e depois ter de enfrentar a busca por qualquer emprego possível, e assim surgiram as entregas em nossas vidas.*

10) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Com aluguel, água, luz e comida.*

11) E roupas, móveis compra todo o mês?

**Resposta:** *Não, a gente compra muito pouca roupa, na maioria das vezes a gente ganha as roupas que usa para nós e as crianças. Ganhamos roupas de amigos ou de campanhas dessas associações que ajudam. E quando precisa comprar algo, procuramos em lojas de brechó.*

12) Como é que iniciou a trabalhar com motoboy?

**Resposta:** *Então fiquei sem emprego, e um amigo me chamou para fazer entregas na pizzaria dele, ele precisava de alguém de confiança, e lá fui eu. Também faço entregas para um mercadinho próximo da minha residência. Trabalha eu e minha mulher nas entregas, um para e o outro segue, e assim cuidamos de nossos filhos.*

13) Como fez para enfrentar a alta dos preços de alimentos na pandemia?

**Resposta:** *Então me indignei com o preço da carne e aí a gente ficou pensando e pensando e aos poucos foi começando a comer sem carne, e hoje somos vegetarianos eu e a minha mulher. Foi a melhor coisa que fizemos, me sinto bem e não gasto tanto como gastava com carne e seus derivados.*

14) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *Acho que os legumes subiram bastante e as frutas também.*

15) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E no que gastou?

**Resposta:** *Sim recebi, tanto eu como minha esposa recebemos. Gastamos com pagamento de contas de água, luz e compra de alimentos.*

16) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Pouca coisa se pede pela internet, a maior parte se compra mesmo no supermercado.*

17) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Sim, como entregador sou chamado para fazer compras praticamente todo o dia.*

18) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Temos, a gente anota todos os gastos e no final da semana nos divertimos fazendo nossa análise de gastos.*

19) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Sei, é só olhar nosso caderninho.*

20) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Muito, depois que começamos a anotar nossos gastos passamos a pensar diferente em termos de gastos. Hoje só compramos o que precisamos.*

21) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Se não for útil para nós não compramos.*

22) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Sempre penso se realmente preciso daquilo que estou comprando, muitas vezes acabei desistindo de uma compra porque me dei conta de que não precisava, e aí desisti.*

23) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Tchê, eu e minha mulher não comemos mais carne, agora somos vegetarianos. E agora fizemos nossa própria comida, aprendi a cozinhar e estou me divertindo muito com isso, ficamos mais juntos e não gastamos tanto, além de saber o que estamos comendo. É uma diversão, que recomendo para qualquer um.*

24) Teve dificuldade de encontrar alguma coisa que precisava durante a pandemia?

**Resposta:** *A agente que anda na rua, encontra praticamente tudo.*

25) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Hoje frutas e vegetais.*

26) Você vai às compras pensando no que vai comprar?

**Resposta:** *Às vezes sim, às vezes não, muitas vezes compro porque está barato e sei que vou usar.*

27) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Hoje não mais, no passado eu comprava sem pensar principalmente roupa, mas agora que temos as crianças não podemos cometer esse tipo de erro.*

28) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Tem sim, tem uma máquina de fazer café expresso que usamos no máximo umas duas vezes. É item de decoração, e não custava barato quando a compramos.*

29) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Sim, eu procuro ser.*

30) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Uma casa, um lindo sítio e faria uma grande viagem.*

31) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Sempre falta, mas nada de urgente.*

32) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu procuro ter uma boa qualidade de vida, faço exercícios físicos, como bem e durmo bem. Vivemos bem eu e minha família.*

33) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de entregador?

**Resposta:** *Agora não, nesse momento tem muito trabalho para quem trabalha com entregas. Mas já tirei férias antes das crianças nascerem, agora não podemos porque nos falta dinheiro para isso.*

34) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que todos nós teremos aprendido alguma coisa, foram muitas perdas, eu acredito que todos saíram melhores dessa triste pandemia. Eu espero ter um novo normal e voltar a trabalhar como professor de educação física depois dessa pandemia.*

35) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Acho que aos poucos qualquer pessoa pode ir aprendendo a deixar velhos hábitos como o consumo de carne, e ir se abrindo para novas possibilidades.*

36) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Começar a pensar que pequenas atitudes podem fazer a diferença, qualquer pessoa pode usar uma sacola reciclável, reciclar o seu lixo.*

37) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Acho que estou mais feliz com as coisas que tenho, com meus filhos e minha esposa.*

38) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *Vai ser uma decisão pessoal, alguns continuaram a comprar como loucos outros não.*

39) Tem registro da atividade de entregador?

**Resposta:** *Não, não tenho. Sempre penso que logo vou conseguir um emprego na minha área, e não faço o meu registro de entregador.*

40) O que é preciso para trabalhar com entregas?

**Resposta:** *Saber dirigir e ser responsável.*

41) Trabalho de entregador se aprende?

**Resposta:** *Sim, basta querer.*

Muito obrigado pela sua contribuição ao estudo que estou realizando.

## Entrevista 9

Realizada em: 26/01/2021 as 09.00

Atividade exercida: Entregador

Duração: 45 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *45 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Qual a idade

**Resposta:** *Sim uma guria de 05 anos, uma de 19 anos, um guri de 21 anos, e uma guria 23 anos. A pequena é do segundo casamento, e os outros do primeiro casamento. Sou divorciado, e me casei de novo.*

4) A sua esposa trabalha fora?

**Resposta:** *Trabalhamos juntos, ela faz a parte administrativa, e eu e meus três filhos maiores fazemos as entregas, trabalhamos para duas lojas da cidade. E às vezes fazemos algumas entregas para particulares que nos pedem.*

5) Recebe alguma ajuda do bolsa família?

**Resposta:** *Não.*

6) Estudou até que série?

**Resposta:** *Fiz todo o ensino médio.*

7) A quanto tempo exerce a atividade de entregador?

**Resposta:** *Em torno de vinte e cinco anos, sempre trabalhei nisso. Tenho um caminhãozinho que comprei com bastante suor, financiado, e daí sai o sustento de nossa família.*

8) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de entregador?

**Resposta:** *Combustível, peças de reposição para o caminhão e serviços de mecânica.*

9) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Olha, na minha família o trabalho não faltou, mas quando tenho de fazer algum transporte longe de casa foi difícil encontrar comida, nos primeiros meses tudo estava fechado. O preço dos combustíveis subiu uma barbaridade, e o preço da entrega pela concorrência caiu, então não está sendo um período fácil. A gente tem que economizar tudo o que pode porque tudo subiu e o valor dos fretes caiu.*

10) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Com comida, combustível, água, luz e internet.*

11) E roupas, móveis compra todo o mês?

**Resposta:** *Eu nunca compro, quem compra quando se tem dinheiro é a minha mulher. Móveis a gente não compra faz muito tempo, os nossos não estão bons, mas dá para o gasto. A roupa só se compra quando se vai a uma festa, mas agora não tem festa, não tem por que comprar roupas.*

12) Como é que iniciou a trabalhar como entregador?

**Resposta:** *Eu fiz carteira de motorista quando servi no quartel, e quando saí de lá fui trabalhar como motorista, juntei um dinheiro para a entrada e comprei meu primeiro caminhão, o resto foi empréstimo. Já estou no terceiro caminhãozinho. Se pudesse trocava por outro melhor, mas agora não é hora.*

13) Como fez para enfrentar a alta dos preços de combustíveis e alimentos na pandemia?

**Resposta:** *Dos combustíveis não tem jeito, mas nós sempre procuramos o posto com os melhores preços. Também para a comida sempre busco o melhor preço, outras marcas e assim vamos indo.*

14) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *A carne e o arroz.*

15) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Sim, eu recebi e gastei tudo no supermercado, um de meus filhos recebeu também, e gastou com um computador para ele.*

16) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *No supermercado.*

17) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu não, minha mulher e filhos fazem para os velhos da família que não podem sair de casa.*

18) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Não, nunca fizemos.*

19) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Não, só sei que todo o mês o gasto é maior.*

20) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Não vejo muito sentido, se comprou tem que pagar, é sofrer duas vezes.*

21) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Dinheiro.*

22) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Eu pouco compro, quando compro é porque preciso daquilo.*

23) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Nunca comi tanta carne de galinha, é a mais barata.*

24) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Acho que umas três ou quatro vezes.*

25) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Um bom pedaço de carne, seja do que for de gado, porco ou galinha.*

26) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Não, eu nunca me arrependo do que faço até das compras, o segredo é pensar no que está fazendo para não se arrepender.*

27) Tem algum produto que foi comprado e não foi utilizado?

**Resposta:** *Todo mundo tem uma porcaria que comprou e nunca utilizou, perdeu dinheiro e não tem mais o que fazer*

28) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Acho que sim.*

29) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Uns caminhões novos e uma casa grande.*

30) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Claro que sim, em casa de pobre falta tudo, menos a alegria.*

31) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu acho que sim, faço o que gosto de fazer e sou dono da minha vida.*

32) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de entregas?

**Resposta:** *Férias para mim é ir pescar com amigos, mas depois da pandemia não fomos mais.*

33) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu espero que tudo volte ao normal. Que encontrem a cura para esse vírus e que a gente possa sair para a rua sem essa bendita máscara.*

34) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pensar antes de sair comprando, se preocupar em não comprar o que não pode pagar.*

35) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Economizar água e luz, andar mais a pé e de bicicleta.*

36) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Tenho mais trabalho.*

37) Como você acha que vai ser o seu consumo de roupas depois dessa pandemia?

**Resposta:** *A mesma coisa, não me preocupo com roupas.*

38) Tem registro da atividade de entregador?

**Resposta:** *Se não tiver registro não trabalho.*

39) O que é preciso para trabalhar com entregas?

**Resposta:** *Ser uma pessoa que tem bom humor, responsável e sobretudo saber que tem de ser pontual e não pode deixar o cliente na mão.*

40) Trabalho de entregador se aprende?

**Resposta:** *Acho que não, tem de gostar e muito do trabalho, senão não aguenta.*

Muito obrigado por sua valiosa contribuição ao estudo que estou realizando.

## **Entrevista 10**

Realizada em: 26/01/2021, às 11.00 hs.

Atividade exercida: Cuidadora

Duração: 45 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *26 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteira*

3) Tem filhos?

**Resposta:** *Não.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Ensino médio.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de cuidador?

**Resposta:** *Há um ano*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de cuidador?

**Resposta:** *Gastos com transporte até a residência do paciente, eu trabalho como cuidadora por hora, às vezes vou dar banho, outras fazer um curativo e tem vezes que fico cuidando por algumas horas.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *A minha vida virou de cabeça para baixo, eu tive de trabalhar como cuidadora independente porque tive que fechar meu salão de beleza. Não consegui pagar o aluguel e manter o meu negócio, com o confinamento o salão ficou sem autorização para funcionar. E fui obrigada a pegar o que tinha para fazer, eu tenho paciência e já tinha cuidado de alguns familiares então, fui buscar emprego como cuidadora, está dando certo, pelo menos garanto o aluguel e a comida.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *com o que sobra do aluguel, gasto com comida e já era, não sobra nada.*

9) Como é que iniciou a trabalhar como cuidadora?

**Resposta:** *Uma cliente me fez a proposta de cuidar dos curativos de sua mãe, e eu resolvi tentar, e foi assim que começou. Uma pessoa que se cuida indica, e um amigo dela nos procura, e vamos vivendo.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços de alimentos na pandemia?

**Resposta:** *Eu agora só compro o que preciso, vou com listinha fazer as minhas compras. E busco o menor preço, também busco marcas mais baratas, se está muito caro não compro, tento outra coisa para colocar no lugar.*

11) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *Carne e seus derivados.*

12) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal?

**Resposta:** *Sim recebi, e se não fosse essa ajuda não sei o que seria de mim. Comprei comida, paguei conta de água e luz atrasada, ajudou também no aluguel.*

13) Como é que você fez as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Com listinha no supermercado, não compro mais no mercado que fica perto da minha casa porque os preços estão muito caros, no supermercado é mais em conta.*

14) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Sim, faço compras para alguns vizinhos e também para uma cliente que é deficiente, usa cadeira de rodas, e eu vou na casa dela ajudar no banho.*

15) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Eu anoto tudo o que tenho para pagar.*

16) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Sei que usei todo o dinheiro que ganhei, não sei precisar quanto gastei.*

17) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Eu acho importante anotar todas as contas para não se perder e pagar juros.*

18) O que a impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *vontade não falta, falta é dinheiro mesmo.*

19) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Muitas vezes eu não penso, porque se pensar fico louca, compro quando tenho dinheiro e pronto. Não uso cartão de crédito, meu nome está negativado por causa de um empréstimo que não consegui pagar quando fechei meu salão e sai endividada.*

20) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Eu passei a comer mais coisas em casa, é muito mais barato.*

21) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Todos os dias. Não como peixe e não gosto de galinha e porco.*

22) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *carne, pode ser picada, mas não falta, todo o dia como carne. Não sei cozinhar sem carne, não gosto de porco, galinha e peixe. Então tem de ter carne porque gosto.*

23) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Muitas vezes comprei roupas que nunca usei porque estavam baratas, e acabei dando depois de muito tempo porque não usava.*

24) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Sim, eu me preocupo.*

25) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Primeiro uma casa, depois um carro e tudo o que o dinheiro desse para comprar.*

26) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Muita coisa, meus móveis são bem velhinhos, acho que de tanto me mudar.*

27) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu acho que sim, se tivesse dinheiro faria mais coisas, mas vivo bem com o que tenho.*

28) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de cuidadora?

**Resposta:** *Nunca tirei férias, eu gosto de sair para dançar, mas agora não pode, né?*

29) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu acho que vai aos poucos tudo voltando ao normal, tem que voltar, não vamos aguentar isso por muito mais tempo, saudades de poder abraçar, de poder dançar e de virar a noite em uma festa.*

30) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Comprar aquilo que precisa e vai usar, se preocupar com os que não tem e não ostentar porque tem muita gente precisando, se tem dinheiro extra vai ajudar os outros ao invés de sair por aí comprando o que não vai usar.*

31) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Reciclar o lixo.*

32) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Tudo, agora sou outra pessoa, não saio mais, trabalho cuidando de pessoas doentes, não tenho mais o meu salão de beleza.*

33) Tem registo da atividade de cuidadora?

**Resposta:** *Não, eu trabalho porque sou de confiança e sei cuidar. Não preciso de registro para trabalhar. Espero que seja temporário e logo eu volte a ter o meu salão de beleza.*

34) O que é preciso para trabalhar como cuidadora?

**Resposta:** *Coragem para cuidar do outro como se fosse a tua mãe ou o teu pai, todos merecem cuidados e carinho.*

35) Trabalho de cuidadora se aprende?

**Resposta:** *Não é um trabalho que qualquer pessoa possa fazer, tem de ter muita paciência.*

*Eu acho que não se aprende, ou tu nascas com talento para cuidar ou não tem como aprender.*

Muito obrigado por sua valiosa contribuição ao estudo.

## Entrevista 11

Realizada em: 30/01/2021 às 19.00

Atividade exercida: Doces e salgados para festas

Duração: 40 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** 45 anos

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *divorciada.*

3) Tem filhos? Idade

**Resposta:** *Sim, uma de 13 e outra de 17 anos*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Estudei até a quarta série do primário*

5) A quanto tempo exerce a atividade salgados para festas?

**Resposta:** *Dez anos*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de cuidador?

**Resposta:** *Todo o material para fazer os doces e salgados são por minha conta.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Ao mesmo tempo que tive problemas, também aumentou as minhas vendas porque as pessoas acho que estão em casa e tem vontade de comer salgados e doces, então aumentou minhas encomendas, Problemas tive com o aumento de preço da farinha, ovos, doces e tudo o que uso para fazer meus produtos. Também tive que abrir uma página no facebook, e dar um jeito de fazer as entregas, porque ninguém quer vir pegar querem que entregue nas suas casas. Ainda tem mais concorrência porque com essa pandemia muita gente ficou desempregada e tem que fazer alguma coisa, então tem gente vendendo doces e salgados como nunca. As pessoas conhecem a qualidade dos meus produtos, mas está difícil porque tem muita gente concorrendo com a gente. Já perdi cliente, outros voltaram e assim vamos indo.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa? Recebe algum benefício social e pensão alimentícia?

**Resposta:** *com comida, água, luz e internet. Não recebo nenhuma ajuda de benefício social, e meu ex-marido também não paga pensão a muito tempo, está desempregado.*

9) Como é que iniciou a trabalhar fazendo doces e salgados?

**Resposta:** *As coisas não estavam fáceis aqui em casa, então eu não podia trabalhar por causa das crianças, e como gosto da cozinha e sei fazer coisas, comecei a fazer umas delícias e a dizer a amigos que iria vender, quando vi já estava trabalhando e aceitando encomendas.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços de alimentos na pandemia?

**Resposta:** *Muita procura, tem preços diferentes nos supermercados, então consulto preços e vou buscar o mais barato.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi e gastei nas despesas da casa e do negócio, não sei onde foi, entrou e saiu.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Eu compro direto no supermercado vou até lá, ou vai o meu namorado com uma listinha do que precisamos comprar.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não comprei nada, mas estou ajudando uma família com alimentos todo o mês, estão desempregados, é o que posso fazer.*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os gastos da sua casa?

**Resposta:** *Eu anoto tudo, sei o quanto gasto com a casa e com o negócio. Aprendi em um curso que fiz, e já faz algum tempo que aqui é tudo anotado.*

15) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Sei sim.*

16) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Para mim é importante, porque se não faço isso me perco e não sei nem que preço cobrar pelos meus salgados e doces.*

17) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *eu acho que o dinheiro.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Só compro o que é urgente mesmo, não dá para comprar tudo o que a gente quer e precisa.*

19) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não.*

20) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Umás duas ou três, a gente reveza, as carnes, frango, porco e rés.*

21) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *aqui não tem essa de alimento que não pode faltar, a gente come o que tem na mesa e pronto. Sempre fizemos uma coisa diferente, acho que não falta nunca feijão.*

22) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Comprei umas roupas pela internet e foi um desastre, nada serviu, tanto dificultaram para devolver que acabei doando.*

23) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Acho que sim.*

24) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Carro, casa, uma loja grande para expor meus produtos, quem sabe até uma fábrica.*

25) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Por enquanto nada.*

26) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Acho que sim, sou uma pessoa bem feliz com o que tenho e faço.*

27) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de bolos e salgados?

**Resposta:** *Vou à igreja, férias a muitos anos que não tenho.*

28) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vamos passar por muitos problemas, com muito desemprego e violência.*

29) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Anotar todo o seu gasto e ver onde está gastando.*

30) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *economizar energia e água.*

31) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Trabalhei mais, e fiquei mais em casa.*

32) Tem registro da atividade de doces e salgados?

**Resposta:** *Tenho sim, sempre tive.*

33) O que é preciso para trabalhar com salgados e doces?

**Resposta:** *Capricho, carinho e muito gosto naquilo que faz.*

34) Trabalho de salgados e doces se aprende?

**Resposta:** *Se gostar de trabalhar se aprende tudo nessa vida. Tem de gostar, isso tem que gostar muito e saber que vai trabalhar muito.*

35) O que acha que subiu mais de preço?

**Resposta:** *Carne, farinha, ovos, acho que tudo.*

Muito obrigado por sua preciosa contribuição ao estudo que estou realizando.

## **Entrevista 12**

Realizada em: 12/02/2021 às 22.00

Atividade exercida: Motorista de Aplicativo

Duração: 45 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *29 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteiro*

3) Tem filhos? Idade

**Resposta:** *Sim, um menino de 05 anos que vive com a mãe dele.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Tenho mestrado em biologia.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de motorista de aplicativos?

**Resposta:** *Mais ou menos um ano.*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de motorista de aplicativo?

**Resposta:** *Combustível e manutenção do veículo.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Todos os problemas possíveis, não consigo emprego na minha área, para me manter tive de buscar trabalho como motorista de aplicativo, o que consigo mal dá para pagar a pensão de meu filho. Entreguei o meu apartamento e voltei para a casa de meus pais, não tinha mais como pagar o aluguel. Antes da pandemia eu ainda estava estudando e com a bolsa de mestrado me mantinha, terminei meu curso no início da pandemia, e não consegui emprego na minha área.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Eu só consigo pagar a internet e a pensão do meu filho com o que ganho como motorista de aplicativo, os outros gastos são meus pais que arcam.*

9) Como é que iniciou a trabalhar de motorista de aplicativo?

**Resposta:** *Necessidade de fazer algo que me desse algum dinheiro para pagar a pensão do meu filho.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *O que eu pago é o combustível, aí a procura é por posto de combustível que venda mais barato.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Sim eu recebi, gastei com combustível para continuar rodando e ajudou a complementar o pagamento da pensão.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Eu uso bastante a internet, sempre que compro algo peço pela internet.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Compro para os meus pais.*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Não.*

15) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Não sei não, eu gasto mesmo é com a pensão, combustível e alguma coisa para comer na rua, raramente peço alguma comida via tele entrega.*

16) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Para quem quiser fazer o controle eu acho importante, eu não quero fazer porque não quero saber a onde foi o meu dinheiro, isso só ia me deixar triste.*

17) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *numerários.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Se pensar não compro, então procuro não pensar muito a respeito disso, faço uma lista e compro o que preciso e pronto.*

19) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não.*

20) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Aqui em casa quase todo o dia tem carne de gado.*

21) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *carne, somos carnívoros.*

22) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Muitas vezes. São aquelas compras que se faz pela internet que quando chega não tem utilidade alguma.*

23) Que tipo de coisas comprou e se arrependeu?

**Respostas:** *Jogos online, roupas que não serviram, brinquedos para meu filho, que nunca brincou.*

24) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu sou sim.*

25) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Um carro melhor, uma casa, viajaria pelo mundo.*

26) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *A casa, eu moro com meus pais. De momento o que tenho esta valendo, mas me falta tudo para viver a minha vida.*

27) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Sim, eu tenho uma boa qualidade de vida, não estou passando fome, tenho amigos, sou saudável. Tenho sim uma boa qualidade de vida.*

28) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de motorista?

**Resposta:** *Sempre que posso tiro férias, gosto muito de viajar, me falta dinheiro para curtir mais a vida.*

29) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que tudo vai voltar a ser como era, vamos voltar às ruas e poder viver novamente.*

30) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pensar em consumir produtos orgânicos, comprar coisas úteis, evitar o desperdício.*

31) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Busco consumir produtos orgânicos, mas não abro mão da carne.*

32) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Uma parada total, não consegui emprego na minha área, tive de virar motorista de aplicativos, não posso sair para uma festa e sequer fazer uma viagem.*

33) Tem registro da atividade de motorista de aplicativo?

**Resposta:** *Oficial não, só sou inscrito no aplicativo, não recolhi nenhum tributo da atividade.*

34) O que é preciso para trabalhar como motorista de aplicativo?

**Resposta:** *Carteira de motorista e carro.*

35) Trabalho motorista de aplicativos se aprende?

**Resposta:** *Todo o dia, ter paciência é fundamental.*

Obrigado por sua preciosa contribuição ao estudo.

### Entrevista 13

Realizada em: 14/02/2021 às 08.00

Atividade exercida: Vendedor Ambulante

Duração: 35 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *32 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Idade? Recebe o bolsa família.

**Resposta:** *Sim três, um guri de 09 meses, uma guria de 03 anos e um guri de 05 anos. Recebo sim o bolsa família.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Fundamental incompleto.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de vendedor ambulante?

**Resposta:** *Por volta de cinco anos.*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de vendedor ambulante?

**Resposta:** *Produtos que revendo. Hoje eu vendo sanduíches e café. Saio às ruas com um sexto de sanduíches e três garrafas térmicas de café.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Medo de morrer, medo de não conseguir dinheiro para comer, todos os medos que posso imaginar. Ficou tudo fechado, eu sobrevivia com a venda de meus produtos para as pessoas que trabalhavam no comércio, de repente tudo ficou fechado.*

*Saio às ruas todos os dias, e às vezes volto sem vender nada, eu saio com todos os cuidados, tenho que sair porque preciso de dinheiro para poder comprar os mantimentos. Se não fosse as ajudas que estamos recebendo, de mantimentos não teríamos como sobreviver. Minha sorte é que ninguém ficou doente na minha casa.*

.8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Comida, arroz, feijão, açúcar, massa, e quando se pode uma misturinha (carne).*

9) Como é que iniciou a trabalhar de vendedor ambulante?

**Resposta:** *A santa necessidade me fez fazer algo, não conseguia emprego e comecei a vender nas ruas, quando comecei eu comprava as sanduíches de uma vizinha. Depois a minha mulher começou a fazer, e assim estamos a mais de cinco anos.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Só compro o necessário, e com o dinheiro que tenho, se não tenho dinheiro não tem como comprar, ninguém vende para quem não tem como pagar.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi sim, paguei água e luz, e comprei comida.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *No mercado próximo de casa, a gente não tem dinheiro suficiente para comprar no supermercado.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não.*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Não.*

15) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *O que deu para comprar com o que ganhei no meu negócio, quase nada minha filha.*

16) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Para que? Eu mal sei ler, e o dinheiro não dá para todos os gastos, é sempre correndo atrás para conseguir pagar as contas da água e da luz.*

17) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Dinheiro é claro.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Quando tenho dinheiro compro logo, porque o dinheiro não fica muito tempo em casa. É assim na casa do pobre dinheiro entra e sai na hora, sempre tem muita coisa faltando.*

19) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Consumi coisas que vieram de doação, a gente não comia aveia e alguns enlatados, e quando se ganha se come esse tipo de coisa.*

20) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Quando tem, quando não tem, a gente não come.*

21) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *O que tiver para comer se come, pobre não escolhe o que comer, come o que tem.*

22) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Eu não.*

23) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu e todo o mundo nos preocupamos com o meio ambiente.*

24) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Eu compraria tudo, uma casa, carro, moto e muita coisa bonita para colocar na casa, eu compraria também uma piscina bem grandona e faria muito churrasco com a gurizada.*

25) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Tudo, de comida a roupa para as crianças.*

26) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Acho que sim, eu sou uma pessoa feliz, não reclamo da vida, enquanto tiver saúde não tem problema a gente luta.*

27) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de vendedor?

**Resposta:** *Nem sei o que é essa palavra férias, eu vou muito é na igreja, eles nos ajudam bastante com alimentos e roupas.*

28) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Tomara que tudo entre nos eixos de novo, isso é o que espero.*

29) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pensar nos outros e ajudar a quem precisa.*

30) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Eu na minha humildade sempre vejo alguma coisa nos lixos e se tiver utilidade pego, estou ajudando não?*

31) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Tudo, menos a fé em dias melhores.*

32) Tem registro da atividade de vendedor ambulante?

**Resposta:** *Eu não, nunca tive.*

33) O que é preciso para trabalhar como vendedor ambulante?

**Resposta:** *Amizade e não ter vergonha de ir vender os seus produtos.*

34) Trabalho de vendedor ambulante se aprende?

**Resposta:** *Quando bate a porta a santa necessidade a gente aprende a fazer de tudo, claro que se aprende.*

Obrigado por sua contribuição ao estudo.

## **Entrevista 14**

Realizada em: 14/02/2021 às 09.00 horas.

Atividade exercida: Feirante

Duração: 35 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *51 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Idade

**Resposta:** *Três, um de 21 anos, uma guria de 19 anos e um guri de 16 anos.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Fiz até a terceira série primária.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de feirante?

**Resposta:** *A cinco anos.*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de feirante?

**Resposta:** *Os produtos que vendemos, o combustível da nossa caminhonete para trazer os produtos à feira.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Não está sendo fácil, primeiro não se sabe se amanhã vai se poder trabalhar, quem vai vir na feira. Tem época que pode fazer a feira, outras não pode. A gente teve que começar a atender pedidos pelo facebook e pelo whatsapp, e entregar esses produtos. Graças a Deus que meu filho deu conta de fazer isso, e está atendendo os clientes pelo telefone e internet. Também dispararam os preços dos produtos de alimentos que a gente vende, subiu muito de preço, e aí a gente teve que aumentar também os nossos preços. Tudo ficou muito difícil nessa pandemia.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *De tudo, comida, água, luz, gás, telefone, internet.*

9) Como é que iniciou a trabalhar de feirante?

**Resposta:** *Meu pai era feirante, eu o ajudava quando eu era mais novo, depois fui trabalhar em uma empresa de adubo onde fazia de tudo, e nas folgas eu sempre ajudava os meus pais. Então um dia perdi o emprego porque fiquei velho para a função de serviços gerais, precisava trabalhar então comprei uma caminhonete e comecei a fazer a feira.*

10) Tem alguma dívida?

**Resposta:** *Temos sim, estamos pagando um empréstimo que fizemos com prazo de 5 anos. Está tudo em dia, mas parece que não termina nunca.*

11) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Buscar preços menores, e só comprar o que está na lista de compras.*

12) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou?

**Resposta:** *Sim e gastei com as compras de comida para casa.*

13) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Direto com os produtores, ligando, conversando e pedindo preço.*

14) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Sim, compramos para meus pais e sogros tudo o que eles querem para que eles não saiam de casa.*

15) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Claro que sim, lá em casa tudo o que se compra tem anotação e hoje meu guri anota no computador.*

16) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Peço para ele e ele me dá direitinho quanto compramos com cada comida, produtos para feira e até com remédios.*

17) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Eu acho que sim, aí a gente sabe onde está indo o nosso dinheiro.*

18) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Quando se tem dinheiro se compra, quando não se tem, não se compra.*

19) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *A gente compra coisas que estão com bons preços para vender, sempre procuramos um bom preço e um bom produto.*

20) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não, continuamos comendo as mesmas coisas.*

21) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *No máximo uma vez, geralmente nos finais de semana, o resto é porco ou galinha que estão mais baratos.*

22) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *alemão gosta de batata, aqui em casa tem todo o dia.*

23) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Não, eu sempre penso antes de comprar para não me arrepender,*

24) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Sou sim.*

25) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Um caminhão grande para a feira.*

26) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Não que eu me recorde.*

27) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *A gente trabalha para isso, para não faltar nada em casa.*

28) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer, além das atividades de feirante?

**Resposta:** *A gente sai uns dias todo ano, duas vezes por ano vamos para a casa que eu nasci, fica na cidade de Canguçu, lá a gente se reúne com todos os amigos e familiares e ajuda na agricultura, são todos plantadores, e quando tem gente para trabalhar eles aproveitam. Para nós é uma festa encontrar e poder ajudar os nossos.*

29) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vai melhorar e tudo vai voltar ao normal.*

30) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Só comprar aquilo que pode pagar, eu acho isso.*

31) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Não colocar fogo nos lixos, isso é muito feio e causa poluição.*

32) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Muito mais trabalho, agora temos que fazer a feira e atender esses pedidos da internet, às vezes o pessoal pede coisas que não temos, e aí tem que ir atrás para não perder os clientes.*

33) Tem registro da atividade de feirante?

**Resposta:** *Claro que tenho, para trabalhar na feira tem que ter.*

34) O que é preciso para trabalhar como feirante?

**Resposta:** *Gostar de cliente, gostar de vender e ter paciência com as pessoas.*

35) Trabalho de feirante se aprende?

**Resposta:** *Se aprende sim, é só ter vontade.*

Muito obrigado por sua preciosa participação no estudo.

## **Entrevista 15**

Realizada em: 14//02/2021 às 11.00 horas.

Atividade exercida: Pintor

Duração: 40 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *49 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado pela segunda vez.*

3) Tem filhos? *Idade? Recebe bolsa família.*

**Resposta:** *Um filho de 25 anos casado, e duas enteadas uma de 6 anos e outra de 12 anos. Minha mulher recebe sim o bolsa família das gurias.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Fiz o ensino médio não terminei, sai no último ano.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de pintor?

**Resposta:** *Por volta de vinte anos.*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de pintor?

**Resposta:** *Eu não tenho gastos, quem paga é o cliente o material que utilizo.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Muitos, minha cara. Está difícil trabalhar, tem dias que tem ônibus outros não tem, sem falar que o preço do serviço diminuiu porque tem muita gente querendo trabalhar e aceita qualquer coisa e qualquer preço. A gente se aventura e aceita a proposta de trabalho, mas vai trabalhar com muito medo, todo mundo quer fazer uma pintura, mas não querem pagar o preço justo pelo trabalho. Tá difícil a gente tem muito medo de pegar essa doença, mas não pode ficar em casa, tem que ir atrás do dinheiro para pagar as contas e por comida na mesa. É uma confusão tem dias que trabalhar com essa máscara é insuportável, tem casa que trabalhamos e não nos dão comida, e está tudo fechado, a gente acaba trabalhando com fome e só come quando chega em casa. As pessoas andam estressadas, tudo irrita, não está sendo fácil não.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Pagamento de conta e comida.*

9) Como é que iniciou a trabalhar de pintor?

**Resposta:** *Aprendi com um tio, e essa foi a profissão que escolhi para viver, sei fazer e não fico sem trabalho. Gosto das tintas e de deixar uma casa bem pintada.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Reclamar dos preços, rir um pouco e fazer o que se faz sempre: apertar o cinto, resmungar e comprar o que se pode.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Sim ganhei esse abono, gastei tudo com contas e comida.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Quem compra é minha mulher, ela vai na feira e no supermercado.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não.*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Eu não gasto, eu pago, quem gasta é minha mulher, eu sou quem paga. Ela sabe quanto tenho para pagar, todo dia me diz o que tem de contas.*

15) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Acho que comida, e só.*

16) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Eu acho que sim, assim a gente não se perde do quanto tem para pagar.*

17) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *O dinheiro.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Eu não compro nada, minha mulher é que faz as compras.*

19) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Acho que a gente come mais galinha, carne anda escasso lá em casa, é galinha e galinha.*

20) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Poucas, uma ou três vezes no máximo.*

21) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *arroz e feijão, tem todos os dias.*

22) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Que eu me lembre não, também eu não compro nada, sempre quem compra é minha mulher.*

23) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Claro que sim.*

24) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Um carro, uma casa e quem sabe até uma fazenda.*

25) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Eu acho que muita coisa falta, mas vai ficar faltando até que entre dinheiro.*

26) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Tenho sim, sou uma pessoa de bem com a vida.*

27) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades da pintura?

**Resposta:** *Um futebolzinho com os amigos é bom, mas agora não pode, né?*

28) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Tomara que essa pandemia acabe, eu acho que vai ser muito bom tudo vai ficar melhor.*

29) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Parar de comprar feito loucos e pensar que depois tem que pagar o que comprou.*

30) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Cuidar da água e não desperdiçar luz.*

31) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Eu acho que nada.*

32) Tem registro da atividade de pintor?

**Resposta:** *Não.*

33) O que é preciso para trabalhar como pintor?

**Resposta:** *Gostar de tinta, gostar de trabalhar e fazer a vontade do cliente, afinal ele é quem paga.*

34) Trabalho de pintor se aprende?

**Resposta:** *Com o tempo se aprende, basta querer.*

Muito obrigado por sua valiosa participação no estudo que estou realizando.

## Entrevista 16

Realizada em: 17/02/2021 às 10.00

Atividade exercida: Diarista

Duração: 30 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *35 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Idade? Recebe o bolsa família?

**Resposta:** *Sim, três, um guri de 12 anos, duas gurias uma de 8 anos e a outra de 3 anos. Recebo sim, o bolsa família que ajuda bastante.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Estudei até terminar o fundamental, depois tive que parar.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de diarista? Recebe pensão alimentícia?

**Resposta:** *Cinco anos eu trabalho como diarista. Não recebo pensão, tem a guarda compartilhada.*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de diarista?

**Resposta:** *Eu tenho que chegar até a casa em que vou trabalhar, gasto com transporte.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Primeiro não tinha emprego, as pessoas não queriam mais serviço de diarista com medo da pandemia, depois pouco a pouco começaram a me procurar de novo. Nos primeiros meses foi bem difícil, foi dias bem tristes, sem dinheiro e sem trabalho, começou a faltar comida na mesa. Vendi umas coisas que tinha que dava para vender e fui levando, recebi ajuda de amigos e familiares, ganhei uma cesta básica da prefeitura e da igreja. E foi assim que foi, hoje já estou trabalhando de novo, mas pouco, ainda não estou trabalhando todos os dias, tem semana que consigo duas diárias, outras nenhuma e não passa de três diárias por semana.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Comida, aluguel, água, luz, e remédio, todo o mês tem gastos com remédio.*

9) Como é que iniciou a trabalhar de diarista?

**Resposta:** *Quando a gente precisa trabalhar a gente pega o que aparece, comecei a buscar emprego e apareceu, fiz um bom trabalho e foram me indicando, uma patroa indica para uma amiga, e assim vai. Quando se faz direitinho o trabalho e se é de confiança o serviço aparece.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Eu compro só o que preciso e sempre busco os mais baratos, igual a todo o mundo, a gente faz uma procura e compra o que dá.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi e foi todo no aluguel.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *No mercado que fica próximo da minha casa, eu compro, meus filhos compram e no final do mês eu pago, as vezes não pago tudo o que devo, pago só o que posso e continuo comprando, a anos que é assim.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu compro para minha irmã que é doente e não pode sair de casa, ela me ajuda bastante também sempre me dá alguma coisa para minhas crianças,*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Não, o controle é o dinheiro que é escasso.*

15) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Comida é só, a muito tempo que não compro nada além de comida, não entro em uma loja para comprar roupas a muito tempo.*

16) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *É né, eu mal sei ler acho que não vou conseguir fazer isso.*

17) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *O dinheiro é que impede guria.*

18) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Eu compro pensando em como vou pagar.*

19) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Não.*

20) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Quantas dá, eu gosto muito de carne, mas lá em casa acho que uma vez.*

21) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Ovo, a gente come muito ovo, é mais barato e alimenta bastante.*

22) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Na hora de pagar a gente sempre se arrepende.*

23) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu me preocupo sim, não queria ver tanta poluição e sujeira nas ruas.*

24) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Primeiro uma casa, e depois eu ia colocar no banco o dinheiro para não precisar trabalhar tanto, ando cansada guria.*

25) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Nem é bom falar no que falta, senão a gente fica triste, falta tudo.*

26) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Acho que eu tenho, tenho saúde e sou uma pessoa de bem com a vida.*

27) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de diarista?

**Resposta:** *Férias não é para mim, eu vou na igreja e gosto de ir dançar, mas nessa pandemia não pode mais.*

28) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vai ser bom e que a gente vai poder ir para a rua, vai ser bom sim.*

29) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Sei lá, acho que consumir é bom, mas que tem que ter dinheiro para fazer compras e não ficar sem dormir porque não tem como pagar.*

32) Tem registro da atividade de diarista?

**Resposta:** *Claro que não, falta dinheiro para tudo imagina para pagar esses impostos.*

33) O que é preciso para trabalhar como diarista?

**Resposta:** *Ser de confiança e saber trabalhar com vontade, e não ser uma pessoa que tem medo de trabalhar.*

34) Trabalho de diarista se aprende?

**Resposta:** *Aprende, tem que ter boa vontade para aprender.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo.

## Entrevista 17

Realizada em: 17/02/2021 às 11.00

Atividade exercida: Manicure

Duração: 35 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *28 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteira*

3) Tem filhos? Idade? Recebe o bolsa família? Recebe pensão alimentícia?

**Resposta:** *Tenho uma filha de cinco anos, recebo o bolsa família dela. E como a guarda é compartilhada da minha filha, eu não recebo pensão alimentícia.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Terminei o ensino médio*

5) A quanto tempo exerce a atividade de manicure?

**Resposta:** *Quatro anos*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de manicure?

**Resposta:** *Eu preciso ter esmaltes, alicates, pinças, removedor de esmalte, lixas e tudo o mais para fazer unhas.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Muitos, fiquei sem emprego, ninguém queria fazer suas unhas com medo do vírus. Faltou dinheiro para o básico lá em casa, se não fosse ajuda dos meus pais eu não teria como conseguir sustentar a minha casa. Meus pais são aposentados e me ajudam muito, se não fosse eles eu não sei o que seria da minha vida.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Eu pago aluguel, gasto com comida, e contas da casa, água e luz.*

9) Como é que iniciou a trabalhar de manicure?

**Resposta:** *Sempre gostei de fazer unhas, então um dia uma amiga me pediu para fazer as dela e me pagou, e me disse que passaria a me pagar para isso. Aos poucos fui ganhando confiança no meu serviço, veio uma cliente, e outra falou para outra e assim foi indo, comecei então a fazer unhas a domicílio e aí estou buscando o meu sustento com o meu trabalho.*

10) Tem alguma dívida?

**Resposta:** *Tenho dívida de cartão de crédito, não paguei toda o gasto da fatura em um mês, negocieei e virou uma bola de neve.*

11) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Sempre compro só o que preciso, e passei a comprar roupas para a minha guriazinha na internet nos brechós.*

12) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi e gastei com pagamento de parte da minha dívida e com o aluguel.*

13) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *No supermercado e alguma coisa pela internet, às vezes peço alguma coisa para comer pelo aplicativo.*

14) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Sim, eu compro para minha tia e para uma vizinha que tem muito medo de sair de casa pela pandemia.*

15) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Eu anoto tudo o que tenho que pagar, esse é o meu controle, registro em uma planilha no celular.*

16) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Eu sei o que devo, não sei o que comprei no último mês.*

17) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *É importante sim saber quanto gastou, mas também não é tão bom saber que o que se ganha não vai dar para pagar tudo o que se deve.*

18) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Falta de dinheiro para fazer as compras.*

19) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *O limite é o pagamento, se posso comprar compro, se posso pagar compro mesmo, a gente não leva muito da vida, depois é correr para pagar o prejuízo.*

20) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Máscara, passei a usar máscara, o resto é a mesma coisa. Também tive que gastar com luvas, as clientes exigem luvas para fazer as unhas.*

21) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Quando dá.*

22) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Eu como pouco em casa. Como mais na casa da minha mãe, lá em casa a gente come o que tem, ou então, peço alguma coisa para a gente comer.*

23) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Sim já, já comprei roupas que estavam baratas e que nunca usei. Também comprei para minha filha algumas roupas e ela não usou nunca, porque cresceu e não serviam mais. São aquelas horas bobas que o preço está bom e a gente se atira e só faz bobagem.*

24) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu acho que sou.*

25) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Casa, carro, joias e tudo o que eu pudesse.*

26) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Meus móveis são todos muito ruins, também queria um computador para minha guria, com o tempo a gente consegue.*

27) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu tenho qualidade de vida dentro dos meus limites, sou uma pessoa de bem comigo mesmo.*

28) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de manicure?

**Resposta:** *Antes da minha filha, eu saí de férias, fui até Santa Catarina, depois disso nunca mais tive oportunidade para isso. Eu quando posso eu saio para festa, mas isso era antes da Covid-19.*

29) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vai ser bem difícil, acho que vai faltar emprego para muita gente.*

30) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Pensar um pouco mais, porque tudo é tão caro.*

31) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Andar com sacolas descartáveis.*

32) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Muito mais difícil tenho que trabalhar com luvas, e aguardar clientes me chamarem, diminuí o número de clientes e com isso perdi dinheiro que eu preciso tanto para me sustentar.*

33) Tem registro da atividade de manicure?

**Resposta:** *Não.*

34) O que é preciso para trabalhar como manicure?

**Resposta:** *Gostar de fazer unhas e de escutar as pessoas, ter cuidado em não falar tudo o que pensa e ser uma pessoa que não se preocupe em trabalhar aos sábados e até tarde, porque os clientes chamam é nesses horários.*

35) Trabalho de manicure se aprende?

**Resposta:** *Eu aprendi, se gostar se aprende.*

Muito obrigado por sua preciosa colaboração ao estudo que estou realizando.

## Entrevista 18

Realizada em: 02/04//2021 às 08.00

Atividade exercida: Cantora em bares

Duração: 30 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *33 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casada*

3) Tem filhos? Idade? Recebe o bolsa família?

**Resposta:** *Sim, uma de 13 anos. Não recebo o bolsa família*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Ensino médio*

5) A quanto tempo exerce a atividade de cantora?

**Resposta:** *Em torno de dez anos.*

6) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Fiquei sem trabalho e conseqüentemente sem dinheiro para ajudar em casa, se não fosse o meu marido trabalhando eu estaria passando fome. Não consigo trabalhar como cantora, os bares estão todos fechados a mais de um ano. O que ganhava com meu trabalho antes da pandemia, sempre superou o salário de meu marido que trabalha de operário em uma fábrica da Barra. E com a pandemia fiquei sem trabalho, não consegui nada para fazer, mandei muitos currículos e nada. Está muito difícil mesmo, não tenho vergonha de dizer estou vivendo de ajuda da minha família, que está nos ajudando todo o mês para conseguirmos vencer as despesas do aluguel.*

7) Buscou trabalho em outro tipo de atividade?

**Resposta:** *Estou aceitando qualquer oferta, não tem trabalho algum, é muita gente buscando trabalho e como não tenho experiência em outra coisa que não seja cantar, tudo fica mais difícil.*

8) Mudou alguns hábitos de consumo na pandemia?

**Resposta:** *Passamos a comer mais em casa, estou fazendo tudo para economizar, mas te garanto que está muito difícil se não fosse a família ajudar não sei onde estaríamos. Tivemos até que cortar a internet banda larga, agora é só a do celular, e pobre da minha filha que tem que se virar com a internet do celular para o ensino remoto.*

9) Tem alguma dívida?

**Resposta:** *Muitas, que se acumulam porque o dinheiro que entra é só para comida, aluguel e conta de água e luz.*

10) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *Mágica é isso que estamos tentando aprender a fazer, como se não bastasse ficar sem emprego e renda, ainda temos que pesquisar e pesquisar o menor preço dos alimentos.*

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Foi uma grande ajuda, veio na hora certa, não deu para muita coisa foi todo em comida.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Algumas pela internet outras nos supermercados mesmo.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu fico o maior tempo em casa, mas faço compras para minha mãe que não sabe usar a internet, geralmente peço pelo aplicativo e eles entregam para ela.*

14) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Não, vamos comprando à medida que tem dinheiro.*

15) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Eu acho, mas sou muito distraída para isso.*

16) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Falta dinheiro, tudo é movido pelo maldito dinheiro.*

17) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *No máximo uma vez por semana, está muito caro.*

18) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Nós comemos bastante legumes.*

19) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Eu só me dei mal em todas as compras que fiz pela internet de roupas, nunca ficaram como eu esperava, dessas me arrependi, mas faz bastante tempo que não compro roupa, isso foi antes da pandemia.*

20) Você acha que é uma consumidora que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Sou sim.*

21) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Uma casa e um carro.*

22) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Bastante coisa, a geladeira precisaria ser trocada também a máquina de lavar roupas que está bem velhinha e quebra todo o mês.*

23) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu acho que sim.*

24) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de cantora?

**Resposta:** *Eu sou cantora, então tenho prazer com a música, já tirei férias em outros tempos, nos últimos anos não.*

25) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vai ser um longo período de confinamento, ainda temos muito para enfrentar, acho que vai demorar bastante para as coisas voltarem ao normal.*

26) O que pensa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Fazer uma economia para tempos difíceis, se eu tivesse feito não estaria nessa situação.*

27) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Reciclar o seu lixo.*

28) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Me tornei mais carinhosa com os meus, acho que estou aprendendo a agradecer aquilo que tenho.*

29) Tem registro da atividade de cantora?

**Resposta:** *Não.*

30) O que é preciso para trabalhar como cantora?

**Resposta:** *talento, voz e gostar de cantar.*

31) Trabalho de cantora se aprende?

**Resposta:** *A trabalhar se aprende, a viver do canto é uma longa caminhada.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo que estou realizando.

## **Entrevista 19**

Realizada em: 02/04/2021 às 10.00

Atividade exercida: Barman

Duração: 25 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *28 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteiro*

3) Tem filhos? Idade

**Resposta:** *Sim, um de três anos que mora com a mãe dele.*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Estou fazendo faculdade de geografia, no terceiro ano.*

5) A quanto tempo exerce a atividade de barmen?

**Resposta:** *A quatro anos, depois veio a pandemia, e eu não consegui mais trabalho.*

6) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Estou sem trabalho desde que iniciou a pandemia, a mais de um ano, o bar-festa que trabalhava fechou as portas. Coloquei inúmeros currículos e não consegui nada, não tenho carro para trabalhar de motorista de aplicativos, não sei trabalhar na construção civil, e não aparece nada que eu possa fazer, estou desesperado. Para pagar a pensão de meu filho tenho que pedir ajuda de meus pais, senão vou preso por não pagar a pensão. Estou desempregado e moro na casa de meus pais.*

7) Buscou trabalho em outro tipo de atividade?

**Resposta:** *Em todo o tipo, estou disposto a qualquer coisa, não aparece nada. Enquanto isso vou estudando pela internet, minhas aulas são todas pela internet, nem para pagar a conta da internet eu tenho dinheiro. Nesse ano não consegui nada para fazer.*

8) Mudou alguns hábitos de consumo na pandemia?

**Resposta:** *Todos os meus hábitos, agora eu não compro nada, não saio de casa, só estudo e me distraio no computador jogo um pouco.*

9) Comprou jogos on-line neste período? Fez assinatura de algum aplicativo para filmes e seriados?

**Resposta:** Eu não comprei, meus pais sim fizeram assinatura de aplicativos para filmes e seriados e eu aproveito para me distrair.

10) Tem alguma dívida?

**Resposta:** Só a pensão, os outros gastos da casa são meus pais que arcam.

11) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi, foi na pensão do meu guri.*

12) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia na sua casa?

**Resposta:** *Tudo pela internet, eu faço para os meus pais.*

13) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Eu compro para os meus pais.*

14) Na sua casa existe algum controle de gastos?

**Resposta:** *Não, que eu saiba.*

15) Acha importante registrar os gastos?

**Resposta:** *Eu acho que sim.*

16) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Se eu tivesse dinheiro eu compraria muita coisa.*

17) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *Quase todos os dias.*

18) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Nós comemos bastante carne.*

19) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Não me lembro.*

20) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Eu sou sim, eu acho que todos deveriam se preocupar em defender o meio ambiente.*

21) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Um carro, uma casa e sairia da cidade para uma grande cidade.*

22) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Na casa dos meus pais queres dizer, não, não está faltando nada.*

23) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Eu tenho, só me falta dinheiro para fazer as coisas que quero.*

24) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer?

**Resposta:** *Eu não tiro férias porque não tenho dinheiro para sair, o que faço é jogar um pouco no computador.*

25) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que vai melhorar um pouco, e que assim que tiver vacina para todas as coisas voltaram a normalidade.*

26) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Comprar o que precisam e não tudo aquilo que veem.*

27) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Comprar produtos orgânicos.*

28) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Fiquei desempregado e mais triste porque não posso fazer nada, não consigo emprego.*

29) Tem registo da atividade de barmen?

**Resposta:** *Não.*

30) O que é preciso para trabalhar como barman?

**Resposta:** *Gostar de gente e de fazer um bom drink, gostar de conversar com as pessoas.*

31) É possível aprender outra profissão diferente de barmen?

**Resposta:** *Estou estudando, e com certeza vou aprender a ser geógrafo.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo.

## Entrevista 20

Realizada em: 02/04/2021 às 11.00

Atividade exercida: Artesã de lãs e linhas em crochê.

Duração: 35 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *32 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *solteira*

3) Tem filhos?

**Resposta:** *Não*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Não terminei o ensino médio*

5) A quanto tempo exerce a atividade de artesã?

**Resposta:** *Dez anos*

6) Quais são os gastos que são necessários para manter a atividade de artesã de cerâmica?

**Resposta:** *Matéria-prima (linha e lã) e agulhas.*

7) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Antes da pandemia eu fazia as minhas peças e as vendia em exposições de feiras. Estas feiras foram suspensas com a pandemia, tenho uma página da internet no facebook e instagram, mas as vendas são mínimas, tem meses que eu não vendo nada. Nas feiras as pessoas viam as obras e compravam, sempre tirava um bom dinheiro, mas agora estou vivendo às custas dos outros. Tem dias que não tenho nem para a comida.*

8) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Comida e aluguel, água, luz e internet.*

9) Já procurou emprego em outras áreas?

**Resposta:** *Não sei fazer nada além das minhas peças, já enviei currículo para tudo o que é tipo de coisa e não consegui nada. Não está sendo fácil viver essa pandemia.*

10) Tem alguma dívida?

**Resposta:** *Tenho dívida de cartão de crédito, aluguel atrasado, contas de água e luz também estão em atraso, dívida é o que não falta.*

11) Como fez para viver na pandemia?

**Resposta:** *Com ajuda dos outros, vizinho, parênteses, associações que estão dando assistência com sextas básicas e alimentos, toda a semana pego quentinha na associação do bairro.*

12) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou.

**Resposta:** *Recebi e usei para pagar aluguel, água e luz.*

13) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Eu quando consigo algum dinheiro compro no supermercado.*

14) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não.*

15) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *Dinheiro.*

16) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *O que me dão eu como, é assim que está a minha vida.*

17) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Já tive agora não tenho mais, falta tudo, quando a gente depende dos outros e não tem emprego, perde um pouco da dignidade, estou entrando em depressão, não sei mais o que fazer.*

18) Você faz alguma coisa que gosta de fazer?

**Resposta:** *Eu gosto de fazer as minhas peças, isso me dá prazer. Queres ver minhas peças?*

19) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Eu quero que tudo melhore, que as feiras voltem, que eu tenha minha vida de volta, é isso o que eu quero.*

20) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Cuidar uns dos outros.*

21) Tem registo da atividade de artesã?

**Resposta:** *Sim eu tenho.*

22) O que é preciso para trabalhar como artesã?

**Resposta:** *Saber fazer e gostar do que faz.*

23) Trabalho de artesã se aprende?

**Resposta:** *É arte meu anjo, talento, artesanato é amor e paixão, não tem como querer ser artesã se não tiver talento natural.*

Muito obrigado por sua contribuição ao estudo que estou realizando.

## Entrevista 21

Realizada em: 02/04//2021 às 12.00

Atividade exercida: *Personal Trainer*

Duração: 25 minutos

1) Qual a sua idade?

**Resposta:** *33 anos*

2) Seu estado civil?

**Resposta:** *casado*

3) Tem filhos? Idade

**Resposta:** *Sim, uma guria de 10 anos*

4) Estudou até que série?

**Resposta:** *Ensino Superior de Educação Física*

5) A quanto tempo exerce a atividade de *personal trainer*?

**Resposta:** *Mais de dez anos.*

6) Que tipo de problemas a pandemia da covid-19 trouxe para sua família?

**Resposta:** *Eu trabalhava por conta como personal, com a pandemia as pessoas desistiram de fazer atividades físicas, fui perdendo os meus clientes. No início pensei que seria por pouco tempo, mas as coisas não saíram assim. Hoje não passo fome porque a minha esposa é professora de inglês e garante o sustento da casa. Tenho procurado emprego em vão, não consegui nada para fazer, as academias estão fechadas, eu não tenho jeito para mais nada, sou um educador físico, investi tudo nisso. Fico em casa, cuido da menina e minha esposa dá as suas aulas. Estou à procura de trabalho, enquanto não aparece fico em casa.*

7) Os seus gastos mensais de sua casa são com que tipo de coisa?

**Resposta:** *Basicamente comida, a casa é nossa. Tem as contas mensais de água, luz e internet.*

8) Como fez para enfrentar a alta dos preços na pandemia?

**Resposta:** *A gente procura o melhor preço, tenta aproveitar o máximo das coisas, não desperdiça, enfim estamos vivendo com o que temos.*

9) Recebeu o abono emergencial de ajuda para enfrentar o Covid-19, subsídio do governo federal? E com o que gastou?

**Resposta:** *Recebi sim, e usei para ajudar nos gastos da casa.*

10) Como é que vocês fazem as compras nessa pandemia?

**Resposta:** *Tudo pela internet.*

11) Nesse período da Covid-19 fez alguma compra para alguém que não podia sair de casa?

**Resposta:** *Não.*

12) Faz uso de algum tipo de controle para os seus gastos?

**Resposta:** *Não*

13) E sabe quanto comprou, o que comprou no último mês?

**Resposta:** *Sei que foi comida.*

14) Na sua casa comprou roupas ou eletrodomésticos nos últimos meses?

**Resposta:** *Não, o dinheiro não deu para isso.*

15) O que o impede de comprar, qual é o limite (teto) para as suas compras?

**Resposta:** *A falta de dinheiro.*

16) Quando compra, pensa em algo, tem algo que define o que pode ou não comprar?

**Resposta:** *Acho que sempre penso no valor da compra antes de comprar.*

17) Na pandemia do Covid-19 passou a consumir outras coisas que não consumia antes?

**Resposta:** *Estamos comendo mais frango, estamos evitando a carne vermelha por causa do preço, e, também por opção de vida.*

18) Quantas vezes come carne de gado por semana?

**Resposta:** *No máximo uma vez por semana.*

19) Na sua casa, qual o alimento que não pode faltar nas refeições?

**Resposta:** *Ovo, a gente come todo o dia.*

20) Já se arrependeu de fazer alguma compra?

**Resposta:** *Não me lembro de ter me arrependido de fazer uma compra.*

21) Você acha que é um consumidor que se preocupa com o meio ambiente?

**Resposta:** *Sim sou.*

22) O que compraria se tivesse mais dinheiro?

**Resposta:** *Tanta coisa, eu compraria um bom carro, uma casa grande, uma casa na praia.*

23) Está faltando alguma coisa em sua casa?

**Resposta:** *Não, só um emprego para mim.*

24) Você acha que tem uma boa qualidade de vida?

**Resposta:** *Sim temos, nos preocupamos muito com nossa qualidade de vida, sou preparador físico e sei que é preciso encontrar maneiras de não deixar os problemas nos derrotarem.*

25) Você tira férias, faz alguma coisa que gosta de fazer além das atividades de *personal*?

**Resposta:** *Atualmente não tiro férias, gosto de jogar xadrez vez que outra com amigos. Porém,*

*com a pandemia os encontros para o jogo foram suspensos até segunda ordem.*

26) Como você acha que vai ser o período depois da pandemia?

**Resposta:** *Acho que as coisas vão naturalmente voltar ao normal, assim eu espero.*

27) Me diga uma coisa que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo?

**Resposta:** *Evitar comer carne vermelha já ajudaria, buscar consumir produtos orgânicos também seria uma boa ideia.*

28) Fale algo que pensa que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta?

**Resposta:** *Cuidar de seu lixo, aproveitar mais as coisas antes de descartar.*

29) O que mudou em sua vida com a pandemia do Covid-19?

**Resposta:** *Eu fiquei em casa, e estou gostando de ficar com a minha família, esse foi o lado bom da Covid-19.*

30) Tem registro da atividade de *personal trainer*?

**Resposta:** *Tenho*

31) O que é preciso para trabalhar como *personal trainer*?

**Resposta:** *Gosto pela atividade e pelas pessoas.*

32) Trabalho de *personal trainer* se aprende?

**Resposta:** *Tem que ter formação profissional.*

Muito obrigado por sua valiosa contribuição ao estudo.

## **ANEXO II - MEMORANDOS**

**Memorando 1** - Motivo: Tendo por base a inicial de investigação se deve definir o guião de entrevista e da observação, e a escolha do primeiro entrevistado.

### **-Da pergunta de partida**

Esta investigação tem por objetivo recolher informações que permitam a compreensão do comportamento de consumo dos trabalhadores independentes de baixa renda da cidade brasileira do Rio Grande-RS no contexto da Covid-19.

A pergunta de partida que orienta esta investigação é: quais são as ações de consumo que foram empreendidas no contexto da Covid-19 por essa categoria de trabalhadores?

### **- Do guião da entrevista**

O guião da entrevista será formado por um documento de autorização para utilização dos dados que deverá ser firmado pelo entrevistado, e contempla também uma relação dos temas que devem ser abordados na entrevista.

O Guião da entrevista que foi formulado para esta investigação está anexado a este memorial. Esse guião foi elaborado para orientar as perguntas iniciais da entrevista, e para buscar informações sobre o consumo na Covid-19.

Em consonância com o modelo de análise os questionamentos da entrevista devem contemplar a captura de dados de três dimensões do consumo. Estas dimensões são: financeira, ambiental e consumo na Covid-19. Também deve buscar-se questionamentos que suporte a análise da qualificação da amostra.

### **-Do guião da observação**

O guião da observação é considerado nessa investigação como um documento de registro de todo fato que seja identificado pela investigadora como relevante para a compreensão do comportamento de consumo dos sujeitos investigados.

Esse documento encontra-se em anexo a este memorial.

### **- Da escolha do primeiro entrevistado**

A escolha do primeiro profissional a ser entrevistado levou em consideração os problemas de mobilidade decorrentes do isolamento social. Nesse momento, vive-se na cidade do Rio Grande um período de isolamento social, onde existem recomendações severas de proibição de serviços não considerados essenciais, e a recomendação é para que as pessoas permaneçam nas suas residências e pratiquem o distanciamento social.

Dado a necessidade de realizar o estudo, opta-se por entrevistar um profissional que esteja trabalhando e tenha gerência do seu tempo. Considerando tal opção, fez-se um sorteio entre os profissionais da agricultura, pesca, concertos, artes, estética e cuidados.

O sorteio dos entrevistados apontou para um profissional da agricultura. Após contato telefônico com o Sindicato dos Agricultores, obteve-se a lista de associados, e novamente realizou-se um sorteio, o escolhido foi contatado por telefone, e aceitou participar do estudo.

## Guião da Entrevista

### Solicitação de autorização para gravação da entrevista e Termo de Consentimento.

Esta entrevista é parte do trabalho de investigação titulado “Comportamento de consumo de trabalhadores independentes de baixa renda no contexto da Covid-19: um estudo na cidade do Rio Grande-RS, Brasil”, o qual está sendo realizado para a obtenção do grau de doutora em Sustentabilidade Social e Desenvolvimento, pela Universidade Aberta de Portugal.

A entrevista objetiva a recolha de informações sobre a sua perceção sobre o consumo no contexto da pandemia Covid-19, e a sua contribuição respondendo às perguntas será de grande valia para o estudo realizado e representa um valioso contributo para a compreensão sobre os aspetos relacionados ao tema investigado.

Importante destacar que não existem respostas corretas ou incorretas, apenas se deseja saber qual é a sua perceção sobre os questionamentos apresentados, os quais representam informações de grande relevância para o estudo. As respostas recebidas serão tratadas de forma confidencial como determinam os trâmites e procedimentos científicos.

Solicito a sua autorização para a gravação em áudio da conversa, e agradeço a sua preciosa colaboração com o meu trabalho de investigação.

Eu.....  
Identidade número..... autorizo a gravação em áudio da entrevista realizada no dia ..../.../....

-----  
Assinatura

## **Guião da Entrevista**

### **I- Dados sobre a formação do grupo familiar**

- a) idade
- b) estado civil:
- c) número de filhos e idade:
- d) número de pessoas que vivem na residência:
- e) grau de instrução:
- f) atividade exercida por cada membro do grupo familiar:
- g) atividade profissional exercida:
- h) atividade profissional exercida antes da pandemia:
- i) gasto associado a atividade profissional exercida:
- j) quem é o responsável pelas compras associadas a residência:

### **II- Origem e Aplicação dos Recursos financeiros**

- a) Origem dos recursos financeiros
- b) Itens de consumo adquiridos, forma de compra, e aspetos que norteiam a decisão de consumo.
- c) Dificuldades de consumo devido à falta de recursos financeiros
- d) Itens de consumo em falta na residência dos entrevistados.
- e) Itens de consumo desejados.

### **III- Ações de consumo de dimensão ambiental**

- a) Ações de solidariedade
- b) Percepção sobre a prática de ações de redução do consumo
- c) Percepção sobre práticas de ações de consumo que visam a proteção ambiental
- d) Atividades de lazer praticadas
- e) Percepção sobre o nível de qualidade de vida

### **IV- Aspectos relacionados ao consumo na pandemia Covid-19**

- a) Problemas de consumo enfrentados na Covid-19
- b) Fatores que limitaram o consumo
- c) Vantagens de consumo obtidas com a Covid-19
- d) Soluções adotadas para solucionar os problemas de consumo vivenciados pela Covid-19
- e) Modificações do padrão de consumo
- f) Prognóstico de consumo para o período pós-pandemia.

### **V- Considerações Finais**

- Agradecimento e referência a possíveis novos contatos, como também disponibilidade dos resultados do estudo realizado.

## Guião da Observação

Tem por objetivo registrar dados sobre os fatos observados que a investigadora entender como significativos para a compreensão do comportamento de consumo dos sujeitos investigados.

- 1- Data:.....
- 2- Entrevistado:.....
- 3- Identificar do fato observado: .....  
.....  
.....  
.....
- 4- Razões para considerar esse um fato importante: .....  
.....  
.....  
.....  
.....
- 5- Comentários:.....  
.....  
.....  
.....

**Observação:** Incluir fotos, transcrição de áudios.

**Memorando 2 - Motivo: Análise da primeira entrevista**

**Realizado em:** 18/01/2021

Primeiramente regista-se que na transcrição das entrevistas trocou-se o nome dos entrevistados por um número de identificação, assim a entrevista 1 corresponde ao primeiro entrevistado, e isso ocorrerá com as demais entrevistas que serão realizadas.

Também foi elaborado um arquivo com nome e número das entrevistas que integrará o processo de investigação, assim como será arquivado o áudio da entrevista após a transcrição.

Isto posto, passa-se para a análise da entrevista.

**Análise da entrevista:**

Após leitura detalhada da primeira entrevista, percebeu-se que a análise será robusta e para não perder nenhum detalhe opta-se por criar alguns níveis de detalhes que devem constar nos memorandos de análise das entrevistas. Estes níveis são: observação, tarefas a realizar, informações extraídas, e questões a serem aclaradas a partir da análise da entrevista.

**a) Observação:**

Quando cheguei ao local, fui recebida de forma calorosa. E o entrevistado primeiro perguntou-me o porquê de uma entrevista sobre o que ele faz e pensa para um trabalho de pesquisa de universidade. Ao que respondi que a missão da universidade é buscar o conhecimento com as pessoas que sabem fazer, e que a contribuição dele muito ajudaria no ensino e no aprendizado.

Também se regista que o entrevistado ficou muito à vontade e demonstrou alegria em estar conversando sobre a sua vida. Por diversas vezes o entrevistado sorriu, e durante toda a entrevista não demonstrou cansaço ou aborrecimento com os questionamentos.

Outro fato a considerar é que a entrevista se realizou ao ar livre, onde duas cadeiras foram colocadas com um distanciamento de aproximadamente dois metros, e entrevistado e entrevistadora usaram máscaras faciais.

Regista-se também que no decorrer da entrevista por diversas vezes a esposa do entrevistado chegou perto, e complementou algumas respostas. Percebi então que ela também gostaria de participar, e a convidei para fazer uma entrevista. Após o convite ela disse-me que devido ao esposo estar sendo entrevistado, ela não poderia se afastar das atividades, mas que responderia com “muito prazer” em outro dia fazer parte do estudo. Então agendamos a entrevista para o dia 23/01/2021.

**b) Tarefas a realizar:**

- 1) Criar códigos que identifique os conceitos extraídos dos dados.
- 2) Apresentar o significado de cada código criado.
- 3) Copiar o extrato da entrevista no código de enquadramento para futura análise.
- 4) Construir uma tabela com os dados de identificação para futura qualificação da amostra.
- 5) Confirmar com o entrevistado se a ação de compras realizadas para os vizinhos era realizada antes da Covid-19.

**c) Informações extraídas**

Com relação ao consumo no contexto da Covid-19 o entrevistado:

- ✓ relata problemas enfrentados,
- ✓ empreendeu ações de respostas para solucionar os problemas de consumo, e
- ✓ tem uma previsão para o consumo pós-pandemia.

O entrevistado se percebe com um bom nível de qualidade de vida, cita ações que pratica de proteção ambiental e de solidariedade. E entende o entrevistado que consumiria mais se tivesse recursos financeiros suficientes para suportar a sua ambição de consumo.

**d) Questões a ser aclaradas a partir da análise da entrevista**

- ✓ Quais os problemas associados ao consumo que a Covid-19 desencadeou?
- ✓ Quais ações de respostas foram empreendidas para solucionar os problemas de consumo?
- ✓ Existe uma previsão de como será o consumo no pós-covid-19?
- ✓ Qual o fator que limita o consumo?
- ✓ Que ações são empreendidas para a proteção ambiental?
- ✓ Qual a percepção do nível de qualidade de vida?

### **Memorando 3** Motivo: Análise das entrevistas 02 e 03

#### **a) observação**

Os entrevistados 01, 02 e 03 pertencem ao mesmo núcleo familiar. O entrevistado 01 foi escolhido para participar do estudo, a sua esposa e o filho foram convidados pela entrevistadora após manifestarem interesse em participar da investigação.

Também se regista que foi feito o questionamento ao entrevistado 01 sobre a prática de compras para vizinhos quando da realização da entrevista 02. Ao que o entrevistado informou que esta é uma prática muito antiga, e que os seus avós já praticavam tal iniciativa. Esta prática se traduz no ato de avisar aos vizinhos antes de ir ao centro comercial, e em fazer compras sobre encomenda para os vizinhos. O que mudou é que antes da Covid-19 as pessoas iam nas residências dos vizinhos para avisar sobre sua ida ao centro comercial, e com a pandemia passaram a utilizar o telefone celular para se comunicarem.

#### **b) tarefas a realizar**

- ✓ anotar os extratos das entrevistas que revelem informações importantes para a análise nos códigos de referência.
- ✓ rever os códigos, analisar os extratos das entrevistas registados, e modificar os significados dos códigos se for o caso.

**c) informações extraídas**

Confirmadas as informações assinaladas no memorando 02.

Assinala-se a preocupação com existência de recursos para a efetivação de ação de consumo, e o fator limitante preço para a aquisição de itens de consumo.

Também se regista dados sobre a utilização da internet para planejamento de compras e pesquisas de preços; a redução de consumo com atividades culturais de lazer (shows e encontros com amigos e familiares, serviços de estética de embelezamento pessoal); e o aumento com gastos com aplicativos de entretenimento.

**d) questões a ser aclaradas a partir da análise das entrevistas**

Mesmas questões elencadas no memorando 02. Acrescida dos seguintes questionamentos:

- (i) Existem ações de consumo praticadas da Covid-19 que antes não eram efetuadas?
- (ii) Será que os problemas de consumo no contexto da Covid-19 percebidos por uma família de agricultores-familiar são os mesmos vivenciados por outros profissionais independentes de baixa renda?

**Memorando 4** Motivo: Análise das entrevistas 04 e 05

**Realizado em:** 24/01/2021

**a) observação**

Observa-se que os subsídios sociais pagos pelo Governo são utilizados como complemento de custeio das ações de consumo.

**b) tarefas a realizar**

- ✓ anotar os extratos das entrevistas que revelem informações importantes para a análise nos códigos de referência.
- ✓ rever os códigos, analisar os extratos das entrevistas registrados, e modificar os significados dos códigos se for o caso.

**c) informações extraídas**

Confirmadas as informações assinaladas no memorando 02 e 03.

Assinala-se o aumento de consumo com aquisição de telefone celular para viabilizar o ensino remoto de um filho, fato que gerou um problema com os outros filhos menores que passaram a desejar um celular. E o consumo de vestuário de peças de *brechós* (lojas de artigos de segunda mão).

**d) questões a serem aclaradas a partir da análise das entrevistas**

Mesmas questões elencadas no memorando 02 e 03.

Note que até o momento os entrevistados exerciam as suas atividades profissionais antes da pandemia e não relataram custo de consumo com aluguel. Também se constata que os profissionais atuam no mercado formal, ou seja, são trabalhadores vinculados ao Instituto Nacional de Seguridade Social - INSS e fazem parte de sindicatos profissionais.

Então surge as seguintes dúvidas:

- (i) Será que os problemas de consumo enfrentados são os mesmos para as profissionais que não tem casa própria?
- (ii) Será que os profissionais que exercem a atividade a menos tempo também enfrentam os mesmos problemas de consumo?
- (iii) Será que os trabalhadores que atuam de forma informal têm alguma percepção diferente sobre consumo daqueles que atuam de forma formal?

Percebe-se que para aclarar as citadas dúvidas serão necessários:

- 1) Buscar mais dados sobre possíveis modificações no comportamento de consumo, enfatizar questionamento sobre modificações provocadas pela Covid-19 na vida do entrevistado. Porque pode ser que por meio desse questionamento seja possibilitado extrair dados que permitam uma análise dessas modificações.
- 2) Selecionar participantes para serem entrevistados que atuem de forma informal. Para tanto, será necessário fazer uma busca de profissionais que oferecem os seus serviços nas redes sociais (*facebook e instagram*), elaborar uma lista e fazer um sorteio e escolher o participante. Após a escolha do participante entrar em contato por telefone, ou, mensagem via rede social para fazer o convite de participação no estudo.

Optou-se por utilizar as redes sociais porque observou-se que os profissionais estão utilizando essas mídias para ofertarem seus serviços. E que tal forma de comunicação está sendo aceita por clientes que estão buscando esses profissionais por esses canais.

**Memorando 5** Motivo: Análise das entrevistas 06, 07 e 08

**Realizado em:** 26/01/2021

**a) observação**

Constata-se que os trabalhadores que começaram a exercer a atividade profissional independente durante a pandemia Covid-19 já possuíam uma aptidão profissional anterior a pandemia. Fato que favoreceu o exercício da profissão e o custeio do consumo familiar. E que a rede de amigos foi fundamental para encorajar o exercício da atividade profissional daqueles que começaram a exercer a profissão no período de pandemia.

**b) tarefas a realizar**

- ✓ anotar os extratos das entrevistas que revelem informações importantes para a análise nos códigos de referência.
- ✓ rever os códigos, analisar os extratos das entrevistas registrados, e modificar os significados dos códigos se for o caso.
- ✓ fazer uma reanálise dos registros codificados.

**c) informações extraídas**

Confirmadas as informações assinaladas no memorando 02 e 03.

Assinala-se que a prioridade de consumo para esses profissionais congrega o consumo alimentar e o consumo para o exercício da profissão. Também é evidenciado a preocupação com o pagamento de aluguéis, e o problema da falta de postos de trabalho provocado pela Covid-19. Regista-se também as doenças em função dos problemas associados a Covid-19 relatados na entrevista 07.

**d) questões a serem aclaradas a partir da análise das entrevistas**

Mesmas questões elencadas no memorando 02 e 03.

**Memorando 6** Motivo: Reanálise das entrevistas 01 a 08

**Realizado em:** 27/01/2021

Após reanálise das entrevistas 01 a 08 constata-se que para os entrevistados a pandemia Covid-19 causou problemas que afetaram o seu consumo. O quadro 50 sintetiza as informações que emergem dos dados destas primeiras entrevistas.

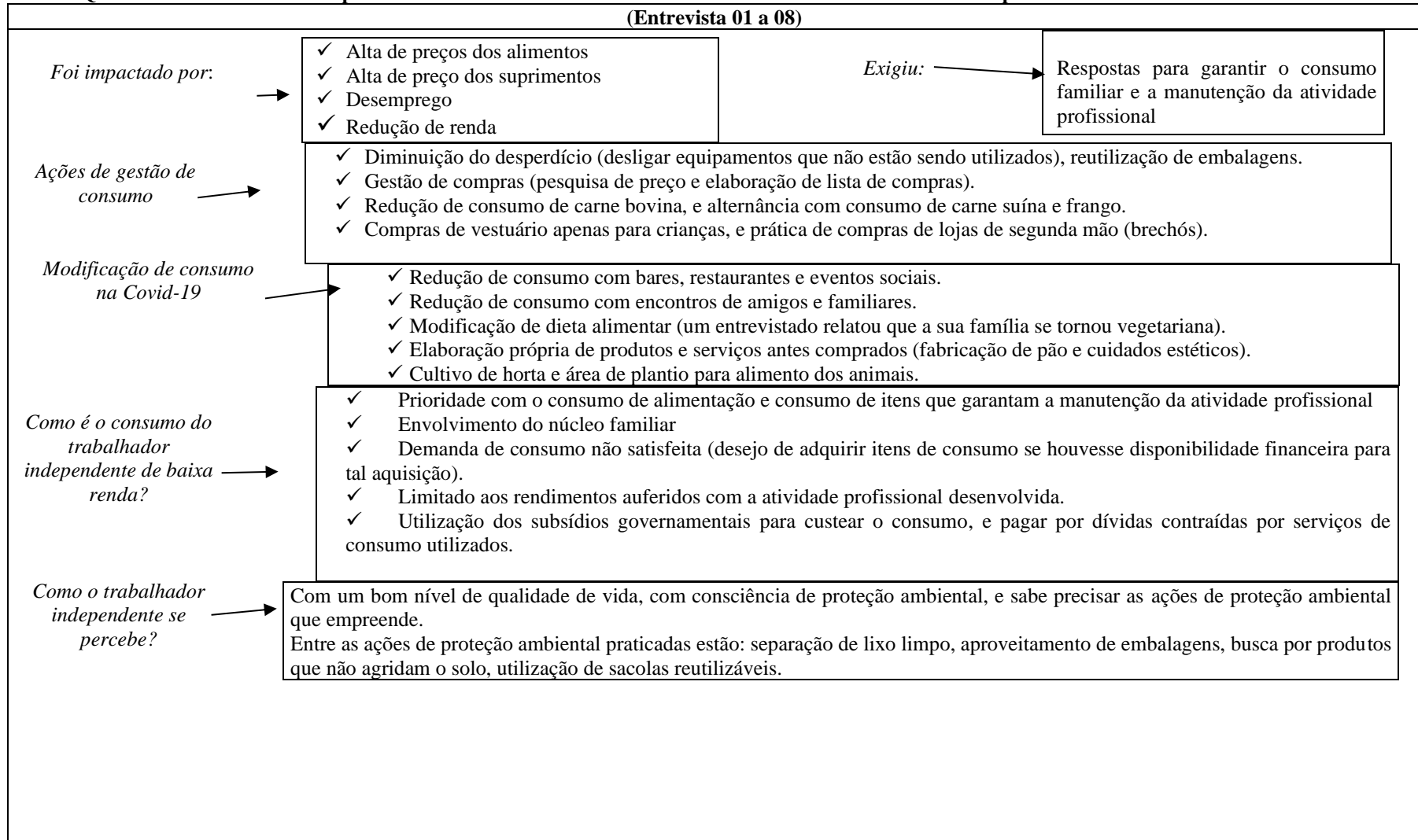
Entende-se ser necessário aclarar nas próximas entrevistas, é preciso compreender se os profissionais enfrentavam os problemas de recursos escassos para manutenção do seu consumo, ou se estes problemas são oriundos da pandemia. E neste sentido, salienta-se que se observou uma unanimidade entre os entrevistados relatos de recursos escassos para efetuar as suas ações de consumo. Portanto, a busca de informações para este esclarecimento é essencial.

Também o quadro 51 destaca a percepção dos trabalhadores independentes sobre a sua consciência de nível de qualidade de vida, e de preservação ambiental.

Sendo assim, entende-se que a investigação deve continuar até a saturação dos dados.

**Quadro 51 Dados sobre o comportamento de Consumo no Contexto da Covid-19 dos trabalhadores independentes de baixa renda**

(Entrevista 01 a 08)



**Memorando 7** Motivo: Análise das entrevistas 09 e 10

**Realizado em:** 27/01/2022

### **Constatação**

Percebe-se que a entrevistada 10 exerce a atividade de trabalhadora independente por necessidade de obter recursos financeiros para o custeio de seu consumo, e que se houver possibilidade voltará a exercer a atividade profissional que tinha antes da Covid-19. Atividade essa cessada em virtude do isolamento social e da proibição de funcionamento de serviços não considerados essenciais.

Assinala-se que o entrevistado 09 entende que a Covid-19 gerou problemas de aumento de preços de combustível, item essencial ao seu trabalho de entregador, porém, este entrevistado reconhece que obteve um maior volume de trabalho durante a pandemia.

Registam-se também as dificuldades enfrentadas no momento da pandemia relatadas pelo entrevistado 09. Estas dificuldades decorrem das medidas protetivas que limitaram a mobilidade, e são: dificuldade de encontrar restaurantes funcionando, e redução de horário de transporte público.

**Tarefas:** anotar nos códigos os extratos comprobatórios dos conceitos.

**Memorando 8 - Motivo:** Análise da entrevista 11

**Realizado em:** 01/02/2021

### **Constatação**

De acordo com a entrevista 11 a pandemia Covid-19 gerou aumento de renda para a atividade profissional de produção e entrega de alimentos prontos. E exigiu adaptação para utilização da *internet* para vendas que passaram a ser realizadas pelas redes sociais. Também houve necessidade do profissional se adaptar para realizar as entregas em domicílio.

Em termos de mudança de comportamento a entrevistada percebe mais trabalho, e maior tempo em domicílio.

**Tarefas:** anotar nos códigos os extratos comprobatórios dos conceitos.

**Memorando 9** Motivo: Análise das entrevistas 12 a 15

**Realizado em:** 15/02/2021

### **Constatação**

Dois entrevistados assinalam que a renda auferida com a atividade exercida não é suficiente para o custeio do consumo familiar (Entrevista 12 e 13). Ambos os entrevistados contam com ajuda para prover o seu sustento. O entrevistado 12 tem ajuda dos pais, e o entrevistado 13 é beneficiário de doações de alimentos providas de membros da comunidade (Entrevista 13). E percebe-se que os subsídios governamentais também integraram a disponibilidade financeira dos entrevistados (1 a 15), fato que leva a consideração que estes recursos foram incorporados ao orçamento familiar dessas pessoas, e aplicado no custeio de seu consumo.

Regista-se a importância do controlo do gasto com o consumo (entrevista 14). E a preocupação dos entrevistados de manter em segurança domiciliar os familiares mais idosos. Preocupação traduzida por assumir a responsabilidade em fazer compras de mantimentos para que os idosos pratiquem o isolamento social (Entrevista 14).

Nota-se a ênfase dada a problemas vivenciados na Covid-19. Os problemas relatados foram: necessidade de utilizar máscara de proteção durante o trabalho; trabalhar com fome em virtude de não encontrar restaurantes abertos e não receber comida nas residências que executa a atividade profissional e; altos níveis de stress (15).

**Tarefas:** anotar nos códigos os extratos comprobatórios dos conceitos, e reanalisar as entrevistas já realizadas.

**Memorando 10** Motivo: Reanálise das entrevistas 01 a 15

**Realizado em:** 16/02/2021

**Constatação:**

Os problemas associados ao consumo evidenciados pelos entrevistados continuam sendo a alta dos preços de alimentos e suprimentos para a atividade profissional, desemprego e necessidade de manter o sustento com baixa renda. E quanto as mudanças de comportamento percebe-se que são reações à alta dos preços, porém, este problema era vivenciado na fase anterior a pandemia Covid-19. Ou, seja, esses trabalhadores já enfrentavam uma situação de baixa renda antes da pandemia e vivenciavam o problema de maximizar sua parca renda para assegurar o consumo familiar. Observa-se, contudo, que essa situação se agravou com a Covid-19.

Percebe-se que os entrevistados que iniciaram a sua atividade profissional de trabalhador independente na pandemia Covid-19, ingressaram na atividade por falta de oportunidade de emprego na sua profissão, e ambicionam um posto de trabalho na sua área de formação. A opção pelo exercício da atividade independente foi para assegurar o sustento, tal constatação tem por base a opinião dos entrevistados 03, 06, 08, 10,12. E se constata que os trabalhadores independentes que exerciam a atividade antes da pandemia (Entrevista 01,02,04,05,14,15) aprenderam a atividade profissional com os seus familiares e pretendem continuar a exercer a profissão no momento pós pandemia.

Encontramos evidencias nas entrevistas realizadas que os entrevistados realizam compras para familiares e vizinhos que estavam em isolamento social.

Pela segunda vez, encontra-se o registo de arrependimento de compras realizadas pela internet pelos entrevistados (entrevista 11 e 12), um regista que não serviram as peças de vestuário e a outra que comprou coisas que não tinham utilidade.

Outro fato que merece atenção é que até o momento os entrevistados vêm assinalando que tem vontade de consumir mais do que consomem, porém, os seus recursos financeiros não são suficientes para suportar a sua intenção de consumo. Da mesma forma asseguram ter uma boa qualidade de vida. As atividades de lazer realizadas pelos entrevistados antes da pandemia se concentravam em: reuniões com amigos e familiares, frequentar a igreja, sair para comer fora, e dançar.

Constata-se que a importância do controle do gasto com consumo é dada por aqueles trabalhadores que exercem a sua atividade profissional em parceria com outros membros familiares (entrevista 01,02 e 11 e 14).

As entrevistas sinalizam para a saturação do fator disponibilidade financeira ser limitante para as ações de consumo, e para a prioridade da aplicação da renda obtida com a atividade profissional ser o consumo de alimentos. E para a saturação das informações sobre os problemas de consumo na Covid-19, onde constata-se que o aumento dos preços e a baixa renda exigiram medidas de contenção para assegurar o consumo alimentar familiar.

E por fim, percebe-se que os entrevistados 01 a 15 não encontraram problemas em executar a sua atividade profissional no contexto da pandemia Covid-19. Dessa forma, esses profissionais obtiveram renda com a sua atividade durante a Covid-19 para custear o seu consumo. E neste sentido, pode-se constatar que os entrevistados enfrentaram problemas para gerenciar o seu consumo, mas a pandemia não impediu o exercício das suas atividades profissionais.

Em suma, percebe-se que ainda faltam dados sobre aqueles profissionais independentes que encontraram problemas para exercer a sua atividade profissional, e conseqüentemente tiveram a sua fonte de renda afetada pela Covid-19. Logo, os próximos entrevistados devem ser profissionais independentes que exerçam atividades que não foram requisitadas no contexto da pandemia.

**Memorando 11** Motivo: Análise da entrevista 16 e 17

**Realizado em:** 18/02/2021

**Constatação:**

Alguns profissionais independentes de baixa renda não conseguiram exercer a sua atividade porque a demanda por seu serviço durante a pandemia Covid-19 foi prejudicada. Esse fato ocorreu porque o medo do contágio modificou rotinas, e a prática da medida protetiva do distanciamento social impediu que determinados serviços fossem executados com segurança. Baseado nas respostas das entrevistas 16 e 17 constata-se que a covid-19 causou problemas para o exercício da profissão dos trabalhadores independentes que exercem atividades consideradas não essenciais.

Os problemas de consumo enfrentados pelas pessoas que tiveram impactos na sua atividade profissional relatados pelos entrevistados são: dificuldade em conseguir manter o consumo alimentar da família, dificuldade de pagar as contas de serviços essenciais (aluguéis, água, luz e internet). A manutenção do consumo familiar desses profissionais foi possível graças à ajuda recebida de amigos, familiares, associações civis e subsídio governamental. Também se constata que os profissionais que tiveram redução de renda em função da redução da demanda dos seus serviços, tiveram o seu consumo alimentar restrito ao estritamente necessário para assegurar a sobrevivência alimentar. Com referência a modificação de consumo, importante registrar que a entrevistada 17 relatou a utilização de necessários EPI.

E por fim, percebe-se a saturação dos dados sobre o fator que impede a compra de itens de consumo. Os dados vêm se repetindo e assinalando que a indisponibilidade de recursos financeiros é o fator limitante do seu consumo. Também se constata saturação sobre a percepção do nível de qualidade de vida dos entrevistados, os dados se repetem e confirmam que esses profissionais se percebem como pessoas com um bom nível de qualidade de vida.

**Tarefa:** Continuar investigando profissionais independentes de baixa renda que tiveram problemas em exercer a sua atividade profissional durante a Covid-19.

## **Memorando 12 Motivo: Análise da entrevista 18 a 21**

**Realizado em:** 05/04/2021

### **Constatação:**

É consenso entre os entrevistados (entrevista 18 a 21) que a pandemia Covid-19 prejudicou o exercício da sua atividade. Isso ocorreu em função da medida protetiva do isolamento social que reduziu a mobilidade, e culminou com o fechamento de serviços não essenciais. Acrescenta-se também o medo do contágio que modificou rotinas, e fez com que as pessoas não requisitassem os serviços oferecidos por esses profissionais.

Os trabalhadores entrevistados exercem a atividade profissional a bastante tempo (de 4 a mais de 10 ano), e com a pandemia Covid-19 o custeio do seu consumo foi afetado, porque estes profissionais não tiveram como exercer a sua atividade profissional. Dito de outra forma, a fonte de recursos financeiros que suporta o custeio do consumo desses profissionais é a atividade exercida, e na pandemia Covid-19 esses profissionais não puderam trabalhar na sua profissão, logo, não tiveram recursos financeiros para custear o seu consumo.

Os entrevistados (entrevista 18 a 21) exercem uma atividade profissional que foi parada pela Covid-19. Buscaram outros empregos, porém, não conseguiram colocação no mercado de trabalho. Tal fato foi atribuído ao alto índice de desemprego e a falta de qualificação em outra atividade profissional demandada no contexto da Covid-19. Nesse sentido veja a resposta dos entrevistados quando questionados sobre a busca de emprego em outras áreas.

*“Estou aceitando qualquer oferta, não tem trabalho algum, é muita gente buscando trabalho e como não tenho experiência em outra coisa que não seja cantar, tudo fica mais difícil” (Entrevista 18, pergunta 7).*

*“Coloquei inúmeros currículos e não consegui nada, não tenho carro para trabalhar de motorista de aplicativos, não sei trabalhar na construção civil, e não aparece nada que eu possa fazer, estou desesperado” (Entrevista 19, pergunta 6).*

*“Não sei fazer nada além das minhas peças, já enviei currículo para tudo o que é tipo de coisa e não consegui nada” (Entrevista 20, pergunta 9).*

*“Tenho procurado emprego em vão, não consegui nada para fazer, as academias estão fechadas, eu não sei fazer nada além da minha profissão de educador físico” (Entrevista 21, pergunta 6).*

Constata-se que o consumo dos profissionais que tiveram a sua atividade profissional parada pela Covid-19 (Entrevistados 18 a 21) foi custeado por ajuda de familiares, amigos, entidades da sociedade civil organizada, e subsídio governamental. E que a ênfase de consumo desses entrevistados foi o consumo alimentar e o pagamento de aluguéis.

Também se constatou que durante a pandemia as modificações de consumo identificadas para os profissionais que tiveram a sua atividade parada (entrevista 18 a 21) foram:

- ✓ redução de consumo com alimentos prontos, e maior consumo com refeições feitas em casa;
- ✓ corte de serviços com *internet* residencial, e utilização da *internet* do telefone celular;
- ✓ endividamento por não pagamento de dívidas; e
- ✓ prática de ações solidária de realização de compras para familiares e amigos.

E por fim, se registra novamente dados de arrependimento de consumo de compra realizada pela internet de peça de vestuário (entrevista 18), como evidenciado pelos entrevistados 11 e 12.

**Memorando 13-** Motivo: Análise do registo dos guiões de observação

Realizado em: 13/04/2021

**Constatação:**

Pelos registos no guião de observação n.º 1 identifica-se um sentimento de satisfação de exercer a atividade profissional por 61,90% dos entrevistados.

Tal evidência traz a reflexão sobre o consumo do tempo, ou seja, a forma como cada pessoa desfruta da sua jornada diária. Por essa reflexão constata-se que o tempo em que estes profissionais estão trabalhando é percebido como prazeroso para mais da metade dos entrevistados.

Da análise dos registos de observação n.º 2 e n.º 5 percebe-se o prazer de consumir o tempo livre com a execução de uma atividade prazerosa que reduz o consumo de compras. E da análise do registo de observação n.º 4 constata-se a importância do querer para viabilizar o aprendizado.

Constata-se também o ganho ambiental do aproveitamento de resíduos com utilidade pelo registo de observação n.º 3. Tal iniciativa reduziu o impacto ambiental porque evitou o descarte do subproduto de construção.

Em suma, percebe-se que o consumo do tempo tem relação direta com o bem-viver. E que quando uma pessoa consome o seu tempo com atividades prazerosas está vivenciando bons momentos. Estas constatações serão úteis para definir o perfil dos sujeitos investigados.

**Observação:** Em anexo a este memorando constam os registos das observações realizadas.

## Registos no Guião da Observação 1

- 1- Data: 23/01/2021; 23/01/2021; 24/01/2021; 25/01/2021; 26/01/2021; 30/01/2021; 14/02/2021; 02/04/2021
- 2- Entrevistada n.º: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9,10,11,14, 15 e 18.
- 3- Identificar o fato observado: Os entrevistados expressam um sentimento de satisfação com a atividade profissional desenvolvida.
- 4- Razões para considerar esse um fato importante:

O consumo do tempo produtivo desses profissionais revela um prazer com o exercício da atividade profissional realizada.

O custeio do consumo provém da renda da atividade profissional exercida para esses trabalhadores que demonstram orgulho com a sua profissão.

- 5- Comentários: Pode ser uma informação útil para a definição do perfil dos sujeitos investigados.

**Observação:** O entrevistado n.º 3 tem uma formação profissional de engenheiro, está buscando emprego na sua área de formação, e exercendo a atividade profissional na família. Percebe-se que esse entrevistado se sente feliz em estar trabalhando junto aos pais na agricultura enquanto não consegue um emprego na sua área.

## **Registos no Guião da Observação 2**

- 1- Data:18/01/2021; 23/01/2021; 24/01/2021; 25/01/2021; 30/01/2021; 14/02/2022
- 2- Entrevistados: n.º 1, 2, 4, 5, 7, 11, 14,15
- 3- Identificar do fato observado: Cultivo de árvores frutíferas e uma horta para consumo próprio como uma atividade prazerosa.
- 4- Razões para considerar esse um fato importante:
- 5- O cultivo para consumo próprio reduz custos com a alimentação, e contribui para uma alimentação mais saudável.
- 6- Comentários: Identificou-se orgulho dos entrevistados em produzir alimentos para consumo próprio familiar.

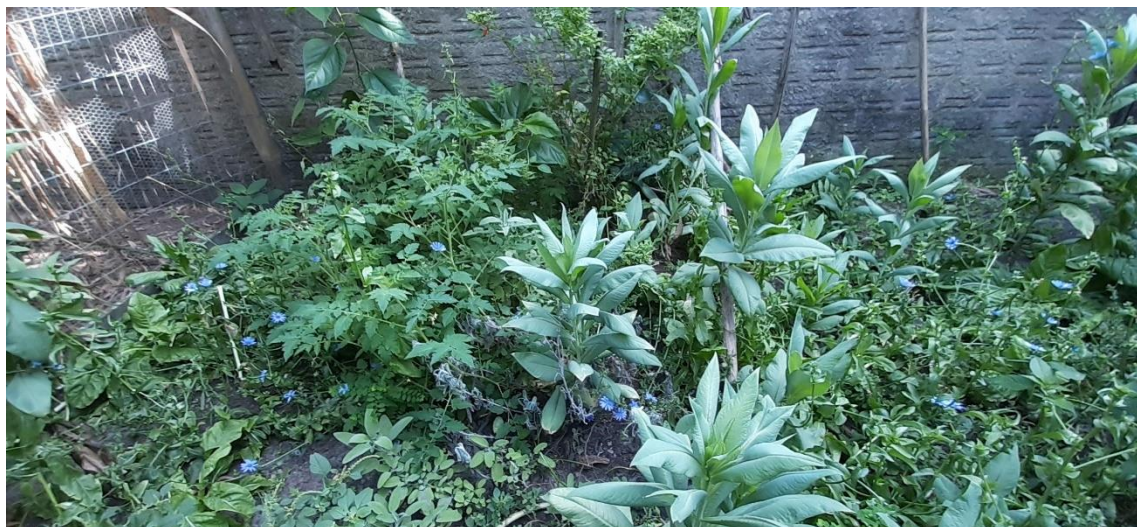
### **Observação:**

Os entrevistados 4 e 11, além da horta, possuem uma pequena criação de galinhas.

**Figura 6 Cultivo residencial**



**Figura 7 Cultivo de radite e tomate em horta residencial**



**Figura 8 Cultivo de pimenta em horta residencial**



**Figura 9 Cultivo de couve em horta residencial e ervas de chá cambará**



### **Registos no Guião da Observação 3**

- 1- Data: 14/02/2021
- 2- Entrevistados: n.º 15
- 3- Identificar do fato observado: Aproveitamento de descarte
- 4- Razões para considerar esse um fato importante:

O aproveitamento de descarte contribui para a sustentabilidade.

- 5- Comentários: Identificou-se na residência do entrevistado que o piso utilizado no pátio é de sobra de pedras. E que o entrevistado é quem está fazendo a obra nos horários livres. Estes pedaços de pedras provêm de doação recebida de descarte de uma construção em que o entrevistado trabalhou.

**Observação:** A informação sobre quem está executando a obra e sobre a origem das pedras foi obtida pela entrevistadora após elogiar o piso.

**Figura 10 Piso com reaproveitamento de pedaços de pedras**



**Figura 11 Pedacos de pedras que serão utilizados em piso residencial**



#### **Registos no Guião da Observação 4**

- 1- Data:23/01/2021; 25/01/2021
- 2- Entrevistados: n.º 2, 6, 8
- 3- Identificar do fato observado: Sentimento de orgulho de aprender a fazer serviços antes contratados.
- 4- Razões para considerar esse um fato importante:  
  
Redução de consumo com contratação de serviços
- 5- Comentários: Identificou-se um sentimento de realização e orgulho em fazer serviços que antes eram contratados.

**Observação:** A entrevistada 2 aprendeu a cuidar das suas unhas; os entrevistados 6 e 8 aprenderam a cozinhar.

## Registos no Guião da Observação 5

- 1- Data: 30/01/221
- 2- Entrevistados: n.º 11
- 3- Identificar do fato observado: Cultivo de flores ornamentais
- 4- Razões para considerar esse um fato importante: Consumo do tempo numa atividade prazerosa.
- 5- Comentários: A entrevista expressou um sentimento de prazer em cuidar das suas flores. Disse ter orgulho de nunca ter comprado uma flor, faz as mudas e algumas ganha de presente de amigos. Também a entrevistada presenteia familiares e amigos com vasos de flor, e com isso diz economizar.

**Observação:** Após o término da entrevista, a entrevistadora elogiou o jardim da entrevistada e obteve as informações registadas neste guião.

**Figura 12 Cultivo de flores em vaso**



**Memorando 14 Motivo:** Reanálise das entrevistas 01 a 21

**Realizado em:** 15/04/2021

Constata-se o ponto de saturação dos dados, porque as respostas aos questionamentos se repetem. Também se percebe que já é possível formar uma opinião sobre o comportamento de consumo do objeto de estudo.

Tendo por base uma leitura das entrevistas, construiu-se o quadro 52, com informações sobre o comportamento de consumo dos sujeitos investigados.

**Quadro 52 Dados sobre o comportamento de Consumo no Contexto da Covid-19 dos trabalhadores independentes de baixa renda**

(Entrevista 01 a 21)	
<i>Foi impactado por:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alta de preços dos alimentos</li> <li>✓ Alta de preço dos suprimentos</li> <li>✓ Desemprego</li> <li>✓ Redução de renda</li> <li>✓ Falta de demanda de serviços não considerados essenciais</li> </ul>
<i>Ações de gestão de consumo</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestão de compras (pesquisa de preço e elaboração de lista de compras).</li> <li>✓ Redução de consumo de carne bovina, e alternância com consumo de carne suína e frango.</li> <li>✓ Compras de vestuário apenas para crianças, e prática de compras em lojas de segunda mão (brechós).</li> <li>✓ Priorização do consumo com alimentos e consumo associado ao exercício da atividade profissional;</li> <li>✓ Diminuição do desperdício (desligar equipamentos que não estão sendo utilizados), reutilização de embalagens.</li> <li>✓ Comprar em função do estritamente necessário para manter o consumo alimentar, e garantir os gastos com moradia.</li> </ul>
<i>Modificação de consumo na Covid-19</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Redução de consumo com bares, restaurantes e eventos sociais, com encontros de amigos e familiares.</li> <li>✓ Modificação de dieta alimentar (um entrevistado relatou que a sua família se tornou vegetariana).</li> <li>✓ Alguns entrevistados passaram a fazer as suas refeições, pães, e a aprenderam a fazer serviços de cuidados estéticos.</li> <li>✓ Cultivo de horta e área de plantio para alimento dos animais.</li> <li>✓ Realização de compras para familiares e amigos</li> <li>✓ Aquisição de serviços de entretenimento digital.</li> <li>✓ Aquisição de telefone celular e computar para garantir o ensino remoto.</li> </ul>
<i>Como é o consumo do trabalhador independente de baixa renda?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prioridade com o consumo de alimentação e consumo de itens que garantam a manutenção da atividade profissional</li> <li>✓ Envolvimento do núcleo familiar</li> <li>✓ Demanda de consumo não satisfeita (desejo de adquirir itens de consumo se houvesse disponibilidade financeira para tal aquisição).</li> <li>✓ Limitado aos rendimentos auferidos com a atividade profissional desenvolvida.</li> <li>✓ Utilização dos subsídios governamentais para custear o consumo e pagar por dívidas contraídas por serviços de consumo utilizados.</li> </ul>
<i>Como o trabalhador independente se percebe?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Como uma pessoa com alta habilidade para manter o sustento familiar com a sua força de trabalho.</li> <li>✓ Com um bom nível de qualidade de vida, com consciência de proteção ambiental, sabe precisar as ações de proteção ambiental que empreende, e dar conselhos sobre ações ambientais que podem ser praticadas por qualquer pessoa.</li> <li>✓ Entre as ações de proteção ambiental praticadas estão: separação de lixo limpo, aproveitamento de embalagens, busca por produtos que não agridam o solo, utilização de sacolas reutilizáveis, priorizar produtos orgânicos.</li> <li>✓ Práticas ações de solidariedade, tem uma rede de amigos.</li> </ul>

**Memorando 15** Motivo: Realizar a codificação Aberta dos dados

**Iniciado em:** 23/02/2021 e terminado em 25/04/2021.

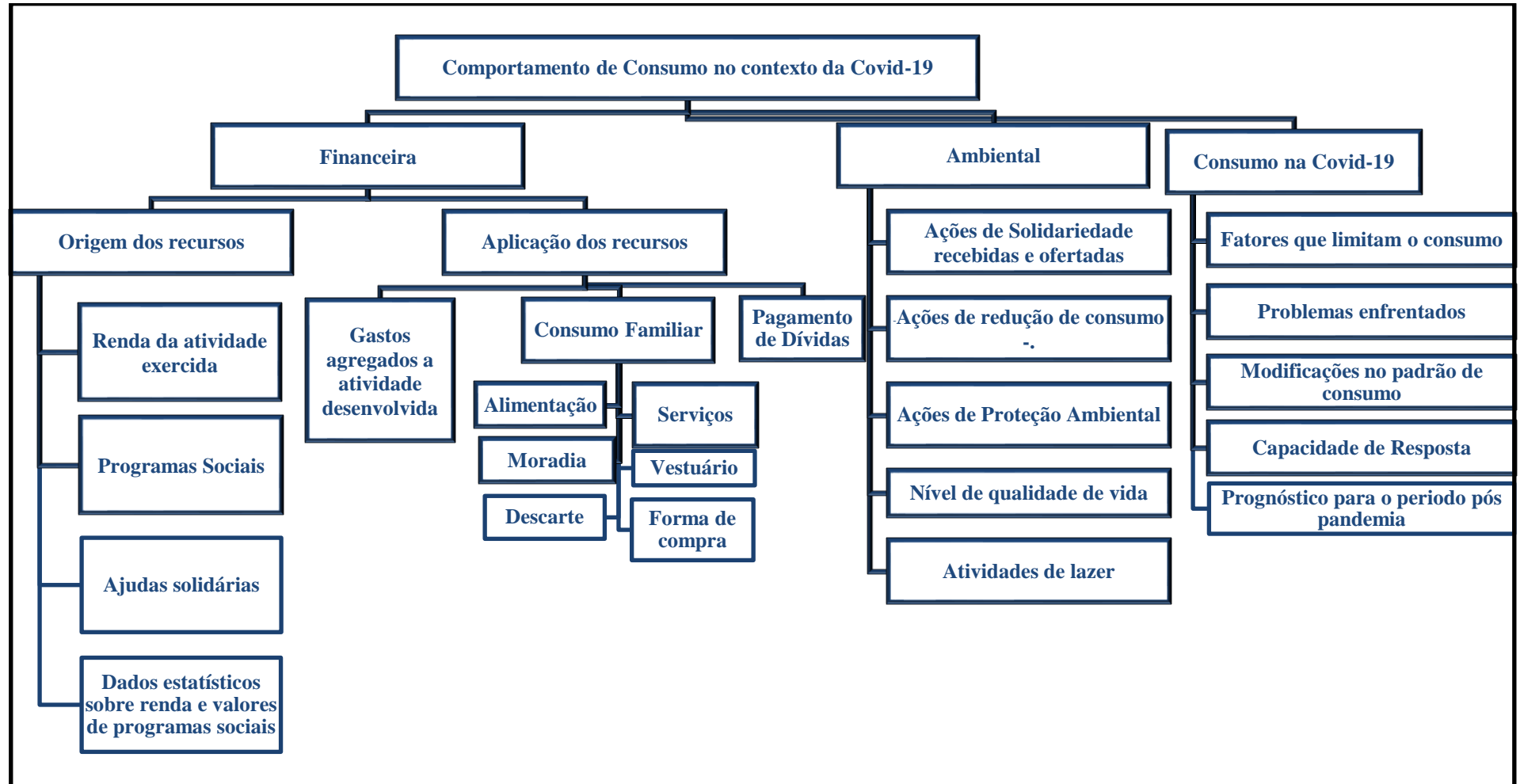
A codificação aberta realizada nesta investigação, iniciou-se com rotulação dos dados em códigos por meio de análise (palavra por palavra) das respostas dos entrevistados aos questionamentos apresentados nas 21 entrevistas semiestruturadas realizadas.

O anexo 3 contempla a identificação e o significado dos 80 códigos que surgiram ao longo da análise. Por meio da lista de códigos apresentada no referido anexo, é possível também identificar o extrato das entrevistas que justificam a criação do código.

Após a rotulação dos dados, os códigos foram agrupados em 25 conceitos, e em 4 categorias. De forma geral a codificação aberta apresentada nesta investigação é fruto da análise detalhada das respostas as entrevistas, onde os dados empíricos foram codificados, e agrupados em conceitos e categorias.

Importante destacar que nesta etapa de análise dos dados as categorias foram divididas em principal e secundária, e os conceitos em principal, vinculado e detalhado. Esta divisão teve por finalidade identificar o relacionamento entre os conceitos, onde o nível detalhado representa a menor divisão analítica, e o nível principal o maior agrupamento. A representação em forma de esquema hierarquizado apresentada no quadro 53 traduz o relacionamento entre as categorias de 25 conceitos que emergiram da codificação aberta da investigação realizada. E no quadro 54 encontra-se o significado de cada conceito e categoria elencada no quadro 53.

**Quadro 53** Categorias e conceitos que emergiram da codificação aberta



**Quadro 54 Significado de categorias e conceitos da codificação aberta**

<b>Tipo</b>	<b>Denominação</b>	<b>Significado</b>
Categoria Principal	Comportamento de consumo no contexto da Covid-19	Traduz as ações de consumo praticadas pelos sujeitos investigados no contexto da pandemia.
Categoria Secundária	Financeira	Apresenta a origem e aplicação dos recursos financeiros gerenciados pelos investigados.
Conceito Principal	Origem dos Recursos	Representa a fonte dos recursos financeiros disponibilizadas aos entrevistados.
Conceito Vinculado	Renda da atividade exercida	Contempla o montante recebido pela atividade profissional exercida.
Conceito Vinculado	Programas Sociais	Corresponde a iniciativas de ajudas, em forma de subsídios pagos pelo governo para trazer melhorias a uma população que precisa de ajuda.
Conceito Vinculado	Ajudas solidárias	Consiste em ajudas não reembolsáveis feitas por pessoas solidárias que doaram recursos para melhorar a qualidade de vida de outras pessoas.
Conceito Principal	Aplicação dos Recursos	Apresenta o destino dos recursos financeiros gerenciados pelos entrevistados.
Conceito Vinculado	Gastos agregados a atividade desenvolvida	Representam todos os gastos financeiros custeados pelo trabalhador independente para o exercício da sua atividade profissional.
Conceito Vinculado	Consumo Familiar	Contempla o montante financeiro aplicado em aquisição de itens de consumo de bens e/ou serviços consumidos pelo núcleo familiar.
Conceito Detalhado	Alimentação	Representa o consumo com alimentos do núcleo familiar.
Conceito Detalhado	Serviços	Representa o consumo com serviços do núcleo familiar.
Conceito Detalhado	Moradia	Representa o consumo com gastos relacionados a moradia do núcleo familiar.
Conceito Detalhado	Vestuário	Representa o consumo com vestuário do núcleo familiar.
Conceito Detalhado	Descarte	Congrega informações sobre ações de descarte de itens de consumo adquiridos.
Conceito Detalhado	Forma de compra	Traduz a maneira como os entrevistados efetuaram as aquisições de itens de consumo.
Conceito Vinculado	Pagamento de Dívidas	Consiste no montante de recursos financeiros utilizado para o pagamento de dívidas oriundas de operações de empréstimos financeiros, ou de compras de itens de consumo a prazo.
Categoria Secundária	Ambiental	Congrega as ações de consumo praticadas pelos entrevistados que visam a sustentabilidade.
Conceito Principal	Ações de solidariedade recebidas e oferecidas	Contempla iniciativas de solidariedade de distribuição de itens de consumo a pessoas que necessitam de ajuda.
Conceito Principal	Ações de redução de consumo	Sintetiza a percepção dos investigados sobre a prática de ações que visam a redução do consumo.
Conceito Principal	Ações de Proteção ambiental	Sintetiza a percepção dos investigados sobre a prática de ações que visam a preservação ambiental.
Conceito Principal	Nível de Qualidade de Vida	Traduz a percepção dos entrevistados sobre o seu nível de qualidade de vida.
Conceito Principal	Atividade de lazer	Congrega as atividades de lazer praticadas pelos entrevistados.
Categoria Secundária	Consumo na Covid19	Contemplan as informações sobre o consumo na pandemia Covid-19 dos entrevistados.
Conceito Principal	Fatores que limitam o consumo	Relaciona os fatores que limitam a aquisição de itens de consumo pelos entrevistados.
Conceito Principal	Problemas enfrentados	Sintetiza os problemas de consumo enfrentados na pandemia da Covid-19 pelos sujeitos investigados.
Conceito Principal	Capacidade de Resposta	Identifica as iniciativas adotadas para o enfrentamento dos problemas de consumo enfrentados na pandemia.
Conceito Principal	Modificações em Padrões de Consumo	Apresenta as modificações em padrões de consumo que surgiram no período da Covid-19.
Conceito Principal	Pronóstico para o período pós-pandêmico	Relaciona a percepção dos entrevistados sobre o pronóstico de consumo no período pós-pandemia.

## **Memorando 16 Motivo: Realizar a codificação axial dos dados**





**Iniciado em:** 26/04/2021 e terminado em 15/07/2021

### **1- Definição das categorias e Subcategorias**

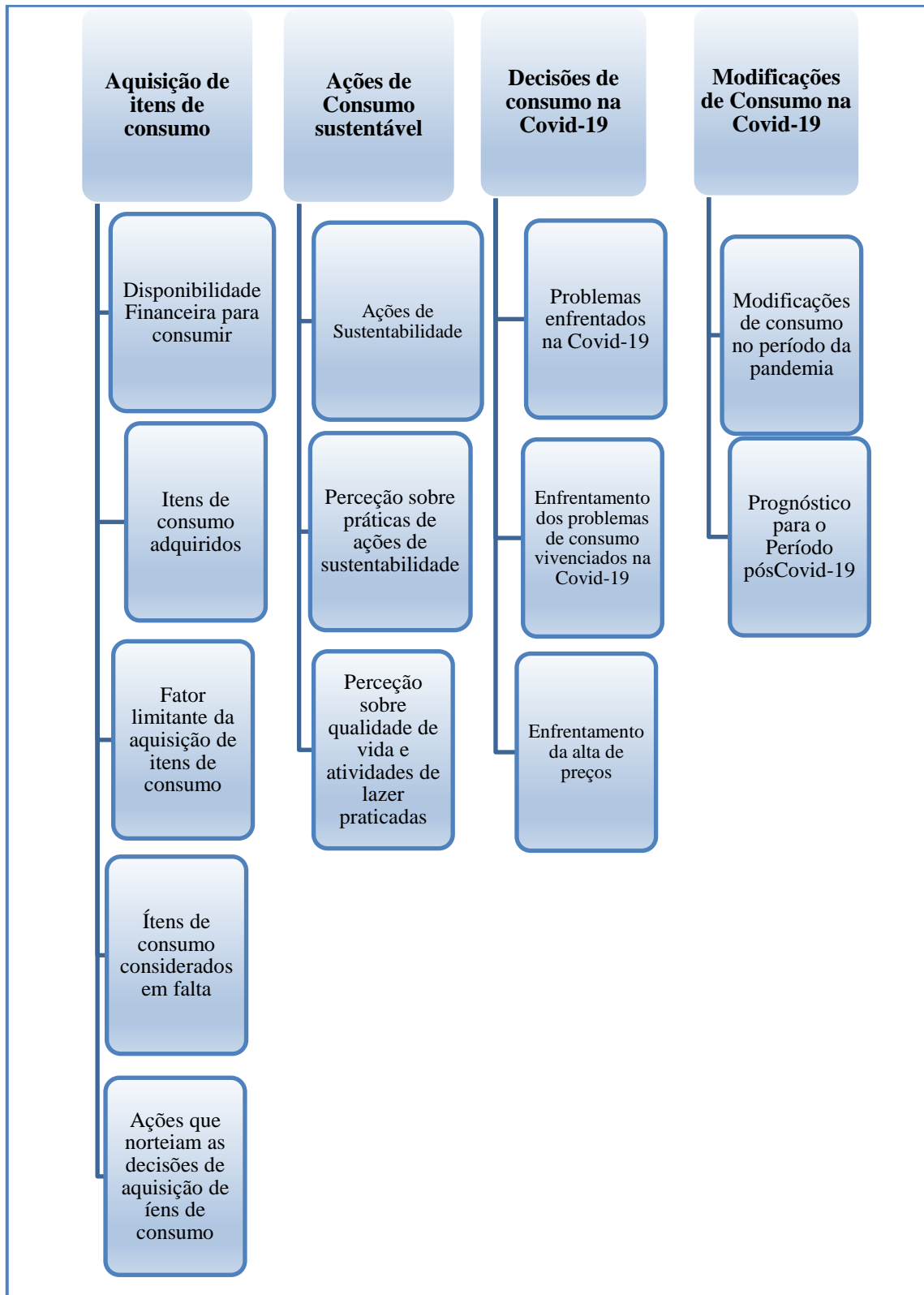
Na fase da codificação axial, procedeu-se a análise detalhada do conteúdo formado por cada categoria e conceitos elencados na codificação aberta apresentadas no memorando 15.

Assim, a codificação axial realizada buscou respostas a cada uma das interrogações formuladas no quadro 55. E as categorias, e subcategorias que emergiram da codificação axial estão elencadas no quadro 56. Note que a denominação das categorias definidas nessa segunda fase (quadro 56) difere da apresentada na primeira fase de análise (memorando 15). Tal fato se deve ao estabelecimento do relacionamento das categorias e subcategorias realizada nessa fase da análise. Dito de outra forma, as categorias e conceitos elencados no memorando 15 traduzem a codificação aberta que buscou conceitos nos dados brutos. E as categorias e subcategorias apresentadas no quadro 56 são resultados da análise de relacionamento efetuada na codificação axial (segunda fase da análise dos dados).

### **Quadro 55 Perguntas que orientam a codificação Axial**

	Quais são as denominações que identificam a relação das categorias e subcategorias com o fenómeno investigado?
	Qual o significado de cada categoria e subcategoria?
	Como cada categoria e subcategoria afetam o fenómeno investigado?
	Qual a relação e inter-relação que existe entre cada categoria com o fenómeno investigado?

**Quadro 56 Codificação Axial- Categorias e Subcategorias**



## 2- Orientações

Uma vez apresentado as categorias e subcategorias da codificação axial (quadro 55) necessário se faz a compreensão do significado de cada categoria, bem como o detalhe do código associado a cada uma dessas unidades de análises. Por este motivo deve-se identificar o significado de cada categoria e subcategoria elencada nesta codificação.

## 3- Significado da Categoria Aquisição de Consumo e das suas subcategorias

Significado da categoria: avaliar os aspectos financeiros que norteiam as ações de consumo praticadas pelos entrevistados.

### 3.1 Subcategoria Disponibilidade Financeira para consumir

A subcategoria disponibilidade financeira para consumir contempla a composição dos itens que integram o montante de recursos financeiro mensal disponível para aquisição de itens de consumo pelos sujeitos investigados. Buscou-se compreender com a investigação dessa subcategoria a origem (fonte) e a aplicação (destino) dos recursos financeiros gerenciados pelos entrevistados. Os códigos que integram esta subcategoria estão listados no quadro 57.

#### Quadro 57 Lista de Códigos que formam a subcategoria Disponibilidade Financeira para Consumir

Nº	Código	Significado
01	Aplicação do Benefício Social- Auxílio Emergencial Covid-19	Assinala o recebimento e o objeto de gasto do benefício social Auxílio Emergencial Covid-19.
02	Benefícios Sociais Recebidos	Apresenta a denominação dos benefícios sociais recebidos pelos entrevistados.
03	Existência de um fundo de reserva financeiro.	Busca informações sobre a existência de um fundo de reserva financeiro.
04	Existência de dívidas	Apresenta informações sobre dívidas existentes que comprometem os recursos financeiros geridos pelos entrevistados.
05	Destino da renda obtida com a atividade executada	Assinala a aplicação do recurso financeiro obtido com o exercício da atividade profissional

Com o intuito de apresentar as informações reveladas pelos dados da subcategoria “Disponibilidade Financeira para consumir”, sintetiza-se o resultado das análises realizadas por códigos que compõem a subcategoria.

**a) Análise do recebimento de benefícios sociais (código 01 e 02).**

A análise dos dados que emergiram das entrevistas (código 01-02) permite que se compreenda que os benefícios sociais recebidos por alguns entrevistados são a bolsa família (benefício pago a famílias em situação de vulnerabilidade), seguro defeso (benefício pago a pescadores em períodos de proibição de pesca), e o auxílio emergencial Covid-19. Neste sentido é importante ressaltar que a análise dos dados realizados nesta subcategoria, recaiu apenas no recebimento do benefício social “Auxílio Emergencial Covid-19” pelos entrevistados. Porque este benefício tem caráter de ajuda temporária e destinou-se a ajudar as pessoas de baixa renda que enfrentaram problemas causados pela Covid-19 (contexto deste estudo). Esse benefício foi instituído por meio da Lei Federal n.º 13.982/2020 que excluiu do pagamento do benefício a pessoas que estivessem recebendo salários fixos mensais.

Com relação ao Auxílio Emergencial Covid-19, os dados extraídos das entrevistas revelam que os investigados utilizaram o auxílio emergencial Covid-19 para: quitar contas de serviços, cartão de crédito, comprar comida e equipamentos de informática. Com referência a este subsídio governamental, se constatou que:

- ✓ Dos vinte e um (21) entrevistados, apenas um não receberam o auxílio porque não se enquadraram nos critérios definidos pela Lei 13.982/2020 para o recebimento do subsídio governamental. Esta lei excluiu todas as pessoas que tivessem renda fixa, e este entrevistado por ser aposentado não fez jus ao recebimento do subsídio.
- ✓ Três dos entrevistados assinalaram que utilizam o auxílio recebido para pagar contas em atraso.

O auxílio emergencial Covid-19 teve início em abril de 2020 e se estende ao longo do ano de 2021, foi um subsídio pago a pessoas de baixa renda para o enfrentamento dos danos causados pela pandemia. O quadro 58 apresenta dados dos valores pagos do auxílio

emergencial até o mês de janeiro de 2021. Estes dados permitem a análise dos valores recebidos no município onde a pesquisa foi realizada pelo citado programa social.

Também se salienta que em conformidade com a lei da transparência (Lei Complementar n.º 131/2009), o governo brasileiro disponibiliza num portal “web” dados de detalhes sobre a execução das despesas ([www.portaldatransparencia.gov.br](http://www.portaldatransparencia.gov.br)), onde é possível constatar detalhes de recebimento de benefícios sociais. E para o programa social "Auxílio Emergencial Covid-19" estão detalhados os valores recebidos por beneficiários. Uma pesquisa no referido portal para cada um dos entrevistados comprovou o recebimento do auxílio emergencial covid-19, e foi possível constatar que nenhum dos beneficiários faltou com a verdade sobre o recebimento do auxílio.

**Quadro 58 Dados sobre o pagamento do Auxílio emergencial Covid-19**

<b>Valor do Auxílio Emergencial</b>	<b>Valores em Reais (R\$)</b>	<b>%</b>	<b>Quantidade de Beneficiários</b>	<b>%</b>
Pago em 2020 em nível nacional	293.981.684.509,00	100%	68.224.873	100%
Pago em 2020 no Estado do Rio Grande do Sul	12.202.118.494,00	4,15%	2.845.277	4,17%
Pago em 2020 no município do Rio Grande	260.631.122,00	2,14%	60.578	2,13%
Pago em 2021 em nível nacional	322.406.560,00	100%	265.433	100%
Pago em 2021 no Estado do Rio Grande do Sul	14.075.900,00	4,37%*	10.479	3,95%
Pago em 2021 no município do Rio Grande	377.100,00	2,68%*	264	2,52%
Pago em abril/2020 no município do Rio Grande	27.771.000,00	10,66%*		
Pago em maio/2020 no município do Rio Grande	33.285.000,00	12,77%*		
Pago em junho/2020 no município do Rio Grande	19.249.800,00	7,39%*		
Pago em julho/2020 no município do Rio Grande	36.003.600,00	13,81%*		
Pago em agosto/2020 no município do Rio Grande	32.344.800,00	12,41%*		
Pago em setembro/2020 no município do Rio Grande	35.659.376,00	13,68%*		
Pago em outubro/2020 no município do Rio Grande	21.676.636,00	8,32%*		
Pago em novembro/2020 no município do Rio Grande	28.884.682,00	11,08%*		
Pago em dezembro/2020 no município do Rio Grande	25.756.228,00	9,88%*		
Pago em janeiro/2021 no município do Rio Grande	377.100,00	10,66%*		

\* Os números percentuais do município do Rio Grande estão relacionados com a sua participação no seu estado (Rio Grande do Sul).

Fonte: Controladoria Geral da União. Benefícios ao Cidadão. Portal da Transparência <http://www.portaltransparencia.gov.br/beneficios>

## **b) Análise da existência de fundo de reserva e de dívidas (Códigos 03 e 04)**

Os dados codificados nos códigos 03 e 04 revelam que os entrevistados não tinham um fundo de reserva financeiro, e possuíam dívidas. Esta informação é a base para a constatação que a falta de fundo de reserva inviabiliza a formação de um patrimônio a longo prazo, e a existência de dívidas compromete parte dos recursos financeiros recebidos pelo entrevistado.

Também se constata que o montante de ingresso de recursos financeiros gerenciados pelos entrevistados não suporta a formação de um fundo de reserva, porque todos os recursos financeiros auferidos são utilizados na sua totalidade. E na ocorrência de resultado orçamentário negativo, o endividamento foi a alternativa utilizada pelos entrevistados para manter o consumo familiar.

Com referência aos entrevistados que vivenciam uma situação de endividamento os dados que emergiram na análise das entrevistas revelam:

- ✓ Existe preocupação com o pagamento das dívidas pela totalidade dos entrevistados.
- ✓ Os entrevistados possuem conhecimento que os juros pagos comprometem a renda obtida com a sua atividade profissional.
- ✓ O endividamento resulta da necessidade de cobrir o resultado negativo do orçamento mensal.
- ✓ Os entrevistados endividados enfrentam restrições de crédito.
- ✓ Alguns entrevistados possuem dívidas originadas de renegociação de débitos com fatura de cartão de crédito, e juros de mora de financiamento.

Visando verificar se a situação de endividamento vivenciada pelos entrevistados é enfrentada pelas demais famílias brasileiras, buscou-se dados sobre o endividamento familiar com os bancos que formam o Sistema Financeiro Nacional (SFN). Para tanto buscou-se conhecer o percentual da renda das famílias brasileiras comprometida com dívidas no SFN considerando todas as dívidas, e o percentual de comprometimento com financiamentos habitacionais. O quadro 59 apresenta o percentual de famílias brasileiras

endividadas, onde se percebe que o nível de endividamento é crescente, e aumentou mês a mês durante o período da Covid-19.

**Quadro 59 Taxas Percentual de endividamento das famílias brasileiras**

Mês	Taxa de endividamento das famílias com o SFN em relação à renda acumulada	Taxa de endividamento das famílias com o SFN (exceto com crédito habitacional)
dez/19	48,82	30,15
jan/20	48,91	30,32
fev/20	49,05	30,42
mar/20	49,40	30,58
abr/20	49,18	30,15
mai/20	49,21	29,99
jun/20	49,38	30,02
jul/20	50,18	30,48
ago/20	51,11	31,08
set/20	52,22	31,79
out/20	53,39	32,60
nov/20	54,99	33,81
dez/20	56,45	34,75
jan/21	57,07	35,11
fev/21	57,68	35,48

Fonte: Banco Central do Brasil – SGS-Sistema Gerenciador de Séries Temporais <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=getPagina>

**c) Análise dos valores recebidos provenientes do trabalho realizado (código 05 e quadro 01- qualificação profissional)**

Os dados obtidos ao longo da investigação denotam que a renda obtida com a atividade exercida dos entrevistados é destinada à manutenção do orçamento familiar, gastos agregados a atividade profissional exercida, e ao pagamento de dívidas. E que esta renda é complementada com benefícios sociais recebidos pelos entrevistados.

**3.2 Subcategoria Itens de consumo adquiridos**

A subcategoria “itens de consumo adquiridos” tem por propósito extrair informações sobre os itens de consumo adquiridos pelos entrevistados. Para tanto, buscar-se-á informações sobre a composição dos itens consumidos e sua forma de aquisição. Os códigos que integram essa subcategoria estão listados no quadro 60.

**Quadro 60 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Itens de Consumo Adquiridos**

Nº	Código	Significado
06	Aquisição de itens de consumo	Identifica os itens de consumo adquiridos pelos entrevistados.
07	Aquisição de móveis e itens de vestuário	Nomear a maneira como são adquiridos pelos entrevistados os móveis da sua residência e as peças de vestuário.
08	Compras com cartão de crédito	Discorre sobre a utilização do cartão de crédito como meio para pagamento das aquisições de itens de consumo.
09	Forma de compra dos itens de consumo	Identificar como os entrevistados adquirem os seus itens de consumo.
10	Itens de consumo comprados e não utilizados	Identifica os itens de consumo que adquiridos e que não utilizados.
11	Itens de consumo agregados a atividade profissional	Lista os itens de consumo exigidos pela atividade profissional.

A análise dos dados obtidos com os códigos 06, 07 e 08 resulta no entendimento sobre as aquisições de itens de consumo:

- ✓ A forma de compra com cartão de crédito é utilizada com frequência por aqueles trabalhadores que não tem o seu nome negativado. E essa modalidade de compra gera um sentimento de preocupação em conseguir dinheiro para pagar a fatura do cartão no vencimento.
- ✓ O uso de cartão de crédito não é permitido por pessoas que tem o seu nome negativado e inscrito no sistema de proteção ao crédito.
- ✓ Pessoas com nome negativado precisam dispor de recursos financeiros para efetuarem as suas compras, ou de autorização para utilização do cartão de crédito de amigos, ou familiares.
- ✓ Percebe-se um sentimento de preocupação com o dia do pagamento da fatura do cartão de crédito. Houve registo de entrevistados que somente percebem o montante comprado no dia do recebimento da fatura do cartão de crédito.
- ✓ O gasto mensal familiar é formado pelo pagamento de alimentação, serviços (água, luz, telefone e internet), gás, combustível, alugueis, dívidas, gastos de fraldas para crianças, pensão alimentícia e remédios.
- ✓ As compras de itens de vestuário são vistas como prioridade de consumo somente quando são destinadas às crianças.

- ✓ O consumo com higiene pessoal é tratado pelos entrevistados como gastos da residência, e esses percebidos como gastos com alimentação.
- ✓ A compra com móveis e vestuário não é uma ação frequente. As roupas que utilizam os entrevistados são em grande parte doadas por amigos ou entidades sociais, ou adquiridas em lojas de venda de roupas de segunda mão.
- ✓ Em alguns casos a compra de equipamentos para o exercício da atividade profissional é favorecida pela ajuda de clientes.
- ✓ É comum a compra de itens de vestuário em brechós, e as compras são realizadas em ocasião especial de festa.

### 3.3 Subcategoria Fator limitante da aquisição de itens de consumo

Esta subcategoria busca dados que identifiquem o fator que limita as ações de aquisição de itens de consumo dos entrevistados. Os códigos que integram a subcategoria “Fator Limitante da Aquisição de Itens de Consumo” estão listados no quadro 61.

**Quadro 61 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Fator limitante da aquisição de itens de consumo**

Nº	Código	Significado
12	Fatores que orientam a decisão de consumo	Relata os fatores que orientam e determinam sobre a decisão de adquirir um item de consumo.
13	Fatores que limitam a decisão de consumo	Identificar os fatores limites que impedem a decisão de adquirir um item de consumo.

### 3.4 Subcategoria Itens de consumo considerados como em falta

Esta subcategoria reúne dados sobre os itens de consumo percebidos como em falta pelos entrevistados, e os itens que seriam adquiridos caso o entrevistado possuísse condições financeiras.

Os códigos que integram a subcategoria “Fator Limitante da Aquisição de Itens de Consumo” estão listados no quadro 62.

**Quadro 62 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Fator limitante da aquisição de itens de consumo**

Nº	Código	Conteúdo
14	Produtos que faltam na sua residência	Relatar os itens de consumo que estão em falta na residência do entrevistado.
15	Produtos que compraria se tivesse condições financeiras para suportar a compra	Identifica os itens de consumo adquiridos pelos entrevistados se existissem recursos financeiros suficientes para suportar a compra dos itens.

### 3.5 Subcategoria Ações que norteiam as decisões de aquisição de itens de consumo

As ações que norteiam a decisão de aquisição podem ser compreendidas como os motivos que o entrevistado utiliza como base de sustento das suas decisões de consumo. Estas ações representam o ato de pensar sobre o consumo de compras. Os códigos que integram esta subcategoria estão listados no quadro 63.

**Quadro 63 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Ações que norteiam as decisões de aquisição de itens de consumo**

Nº	Código	Significado do Código
16	Pensa sobre o ato de adquirir um produto antes de executar a compra	Relata o pensamento que orientam a ação de aquisição de itens de consumo.
17	Itens adquiridos sem arrependimento pela ação de consumo.	Identifica os itens de consumo que quando adquiridos não geram uma sensação de arrependimento
18	Motivos de arrependimento por aquisições de consumo já realizadas.	Descrição dos motivos que levaram os entrevistados a se arrependerem de terem empreendido alguma ação de aquisição de itens de consumo.
19	Critérios que orientam a decisão de compra de itens de consumo	Relaciona os critérios que orientam a decisão de aquisição de itens de consumo, representa a base que justifica a tomada de decisão de adquirir ou não um determinado item de consumo.
20	Controlo de gastos financeiros realizados com a aquisição de itens de consumo	Identificar a existência de sistemas de controle de gastos financeiros realizados com a aquisição de itens de consumo.
21	Responsabilidade pela aquisição dos itens de consumo	Identificar se existe uma responsabilidade sobre aquisições de itens de consumo nas famílias dos entrevistados.

É fato que o ato da compra pode ser orientado por diversas ações de publicidade que visam despertar a atenção dos consumidores aos produtos que estão a sua disposição no mercado. Dessa maneira o consumidor adquire produtos quando: toma consciência da sua existência, identifica a utilidade do produto, percebe que o preço é atraente, e se sente feliz em poder estar se recompensando com o item comprado. Entende-se que é difícil um consumidor não perceber a existência de um produto porque estes são divulgados em todos os meios publicitários para despertar o interesse das pessoas em adquirir os itens de consumo propagados. Pelo que se compreende que quando uma pessoa não percebe o ato de ir às compras como um programa de passeio, a tendência é essa pessoa não se permitir a visão dos produtos a sua disposição, e não praticar o ato da compra.

Os dados que emergiram das entrevistas codificados nessa categoria, traduzem as seguintes informações:

- ✓ a prioridade dos gastos de consumo dos entrevistados é com alimentos, medicamentos e suprimentos;
- ✓ existe uma satisfação por parte dos entrevistados quando compram suprimentos e alimentos; e
- ✓ os entrevistados não se arrependem quando gastam com alimentos, remédio e suprimentos.

Com relação à responsabilidade pela execução da ação de aquisição e pagamento dos itens de consumo é importante assinalar que mesmo uma criança é consumidora, não é a responsável pela aquisição e pagamento de itens consumidos, porém consome e alguém adquire e paga o seu consumo. Os dados relatam que para apenas dois entrevistados as compras são realizadas em conformidade com um acordo familiar. E que nas demais famílias, todos os membros da família fazem as compras e uma pessoa se encarrega do pagamento.

#### **4- Significado da Categoria Ações de Consumo Sustentável e das suas subcategorias**

Significado da categoria: Agrupar os conceitos relacionados as ações de consumo sustentável vivenciadas pelos entrevistados. Para tanto, esta categoria contempla informações sobre: as ações de solidariedade recebidas e ofertadas; a percepção dos investigados sobre práticas de consumo viáveis de realização por qualquer pessoa que almeje a preservação ambiental e a redução de consumo; a compreensão sobre o nível de qualidade de vida dos entrevistados e as atividades de lazer praticadas pelos entrevistados.

##### **4.1 Subcategoria Ação de Solidariedade**

Os códigos, que formam essa subcategoria, estão listados no quadro 64.

**Quadro 64 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Ação de Solidariedade**

<b>Nº</b>	<b>Código</b>	<b>Significado do Código</b>
22	Práticas de ação de solidariedade	Compreende as ações de solidariedade praticadas pelos entrevistados.
23	Ajudas solidárias recebidas	Identifica o tipo de ajuda solidária do qual o entrevistado foi beneficiário.
24	Rede de Amizades	Relata a existência de uma rede de amizade que motivou a execução da atividade geradora de renda
25	Benefícios recebidos com a prática de ajuda solidária	Relata benefícios recebidos com a prática das ajudas solidárias.

As ações de solidariedade compreendem as iniciativas promovidas por membros da sociedade em prol de ajudar pessoas que enfrentam situações de extrema necessidade, e podem ser amenizadas por meio das iniciativas promovidas. Tais ações têm por base o sentimento da empatia com o ser humano por aqueles que praticam a solidariedade. Também essas iniciativas são para os beneficiários uma forma de amenizar a situação-problema vivenciada. Portanto, percebe-se que ações de solidariedade são ações de sustentabilidade que primam por amenizar necessidades vivenciadas por pessoas que enfrentam problemas.

Por meio da análise dos códigos 22 a 25 constata-se que as ações de solidariedade realizada pelos entrevistados no período da pandemia surgem de ajudas de amigos e

familiares. Estas ajudas são estabelecidas mediante laços de amizades, e algumas eram praticadas antes da pandemia Covid-19. Um exemplo de ajudas anterior a pandemia são os empréstimos a amigos que enfrentam um período de falta de recurso financeiro. Também são ajudas entre amigos o incentivo para que uma atividade profissional seja empreendida, e a recomendação de clientes. E nesses casos a profissão de trabalhador independente surgiu através de ação de solidariedade de amigos, que percebendo a habilidade no entrevistado e o motivaram a exercer uma atividade profissional demandada pelo mercado.

Importante salientar que ajudas solidárias de distribuição de alimentos durante a pandemia Covid 19 foram fundamentais para assegurar a sobrevivência daquelas pessoas em situação de vulnerabilidade. Essa é a situação de um dos entrevistados que relatou estar sobrevivendo das ajudas solidárias de membros da sociedade civil organizada. Estes entrevistados recebem cestas de alimentos e refeições dessas entidades (entrevista 20).

Por certo, a Covid-19 foi um momento de ações de solidariedade, onde esforços foram empreendidos por aquelas pessoas que podiam ajudar aos que estavam precisando de ajuda para enfrentar os impactos da pandemia. E na busca de promover ações de ajuda, e dar transparência das iniciativas de solidariedade realizadas no Brasil, a Associação Brasileira de Captadores de Recurso (ABCR) gerenciou o portal da *internet* “Monitor das Doações para o Covid-19”. Este monitor é atualizado com dados públicos coletados diretamente da *internet* ou enviados a entidade duas vezes por semana. O referido portal publica os nomes dos doadores e valores doados. O quadro 65 apresenta o valor da arrecadação e os tipos de doadores retratados no Monitor Covid-19 até o dia 24/06/2021.

Assinala-se que a entidade ABVR não fiscaliza a aplicação do recurso, o seu objetivo é apresentar no seu portal da *internet* o valor de doações realizadas por doador, e inspirar novas ações. Neste sentido é importante salientar que muitas ações solidárias são realizadas de forma local e não estão incluídas no monitor da ABCR, porque quem as praticou não tornou público o seu ato. Logo, o montante de solidariedade informados pelo portal teria o seu valor majorado se fosse incorporado as ações realizadas sem publicidade.

Concisamente, percebe-se que a solidariedade foi uma forma de enfrentar os danos causados pela pandemia Covid-19 onde o sentimento da empatia fortaleceu o surgimento de iniciativas de fazer o que fosse possível para ajudar o próximo.

**Quadro 65 Ações de Solidariedade para o enfrentamento da Covid-19 realizadas no Brasil até 20/06/2021**

<b>Ações de solidariedade</b>	<b>Valor em Reais</b>	<b>Valor em Dólares</b>
Doações	R\$6.814.275.454	\$ 1.310.437.587
Campanhas (até 10 milhões de reais)	R\$243.871.972	\$ 46.898.456
Lives	R\$17.515.666	\$ 3.368.397
Total Monitor das Doações Covid-19	R\$7.075.663.092	\$ 1.360.704.441
Número de Doadores	712.716	712.716
<b>TOTAL ARRECADADO</b>	<b>R\$7.075.663.092</b>	<b>\$ 1.360.704.441</b>
<b>Doadores</b>	<b>Total Doador</b>	<b>Percentual</b>
Empresas	R\$6.031.559.731	85,24%
Indivíduos e Famílias	R\$283.300.000	4,00%
Fundações, Institutos e Fundos filantrópicos	R\$303.651.869	4,29%
Campanhas e Lives	R\$261.387.638	3,69%
Administração Pública	R\$187.004.056	2,64%
Sindicatos	R\$5.209.050	0,07%
Sindicatos	R\$5.209.050	0,07%
Cooperativas	R\$3.477.148	0,05%
Igrejas	R\$21.000	0,00%

Fonte: ABCR- Associação Brasileira de Captadores de Recursos- Monitor das Doações Covid-19 <https://www.monitordasdoacoes.org.br/pt>

#### 4.2 Subcategoria Percepção sobre Práticas de Ações de Sustentabilidade

A subcategoria “Percepção sobre Práticas de sustentabilidade” visa identificar a percepção dos entrevistados sobre ações de consumo que podem ser praticadas por qualquer pessoa que deseje proteger o meio ambiente. São enumeradas nesta unidade de análise as ações praticadas e percebidas pelos sujeitos investigados como realizáveis a todas as pessoas que desejarem reduzir custos e preservar o meio ambiente. O quadro 66 identifica os códigos que forma essa subcategoria.

**Quadro 66 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Percepção sobre Práticas de Ações de Sustentabilidade**

<b>Nº</b>	<b>Código</b>	<b>Significado do Código</b>
26	Ações praticadas de proteção ambiental.	Contempla as ações de proteção ao meio ambiente que fazem parte do cotidiano dos sujeitos entrevistados.
27	Percepção sobre ações que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta.	Percepção pessoal dos entrevistados sobre ações que podem ser empreendidas por qualquer pessoa para proteger o planeta.
28	Percepção de ações que qualquer pessoa pode praticar para mudar as suas atitudes de consumo	Relaciona as ações práticas que qualquer pessoa pode fazer para mudar as suas atitudes de consumo

A análise dos dados revelou que todos os entrevistados se percebem como pessoas que se preocupam com o meio ambiente. Porém, apenas 07 (sete) sabem precisar as ações empreendidas de proteção ambiental, 01 (um) acredita que não pode fazer muita coisa, e 15 (quinze) não identificam uma ação específica praticada no seu cotidiano de defesa do meio ambiente.

#### **4.3 Subcategoria Percepção sobre Qualidade de Vida e Atividades de Lazer Praticadas**

A subcategoria “Percepção sobre Qualidade de Vida e Atividades de Lazer Praticadas” tem por finalidade traduzir os dados sobre a maneira como os sujeitos investigados percebem o seu nível de qualidade de vida, bem como elencar as atividades de lazer praticadas por eles. Neste sentido, importante destacar que o conceito “qualidade de vida” está relacionado com diversos aspetos, entre eles a felicidade, e que o conceito “atividades de lazer” retrata as atividades realizadas pelo entrevistado que visam desfrutar o tempo livre. Ambos os conceitos traduzem informações sobre a percepção dos sujeitos investigados sobre a sua vivência particular, e a sua relação com o comportamento de consumo está associada a forma como as ações de consumo são praticadas por eles. O quadro 67 relaciona os códigos que integram essa subcategoria.

**Quadro 67 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Qualidade de Vida e Atividades de Lazer Praticadas**

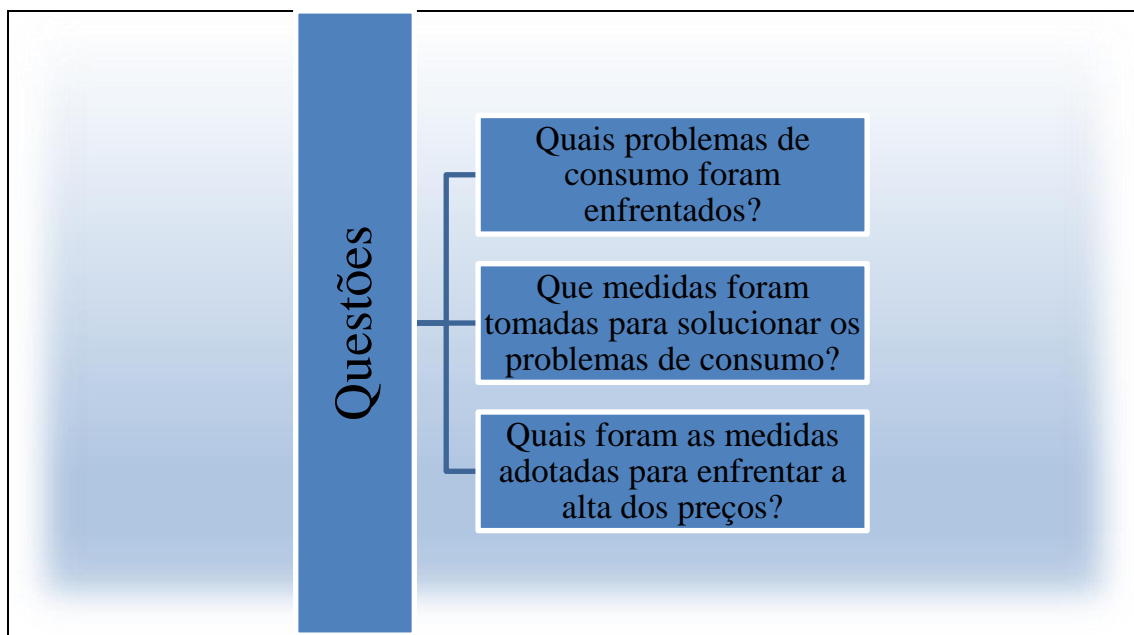
<b>Nº</b>	<b>Código</b>	<b>Significado do Código</b>
29	Percepção sobre o nível de qualidade de vida	Identifica o sentimento do entrevistado sobre o seu o nível de qualidade de vida.
30	Atividades de Lazer praticadas	Relaciona as atividades de lazer que os entrevistados praticam no seu tempo livre.

#### **5- Significado da Categoria Decisões de Consumo na Covid-19**

A Categoria “Decisões de consumo na Covid-19” consolida as informações extraídas das entrevistas sobre as ações de consumo empreendidas pelos entrevistados durante o período da pandemia Covid19. Esta categoria tem o propósito de identificar a capacidade de resposta dos entrevistados aos problemas de consumo enfrentados durante a pandemia.

O quadro 68 sintetiza as perguntas respondidas com os dados que emergiram das entrevistas realizadas para a categoria em análise.

**Quadro 68 Questionamento abordado pela Categoria Decisões de Consumo na Covid-19**



As respostas aos questionamentos apresentados no quadro 68 resultam da análise dos dados codificados em 03 (três) subcategorias, e representam a base do entendimento do consumo no contexto da pandemia segundo a percepção dos entrevistados. As subcategorias que integram a categoria “Decisões de Consumo na Covid-19” são:

- ✓ Problemas de consumo enfrentados na Covid-19
- ✓ Enfrentamento dos problemas de consumo provocados pela Covid-19
- ✓ Enfrentamento da alta de preços

Assim, as decisões de consumo na Covid-19 representam a base que orientou as diversas ações de consumo praticadas pelos entrevistados no contexto da pandemia. E nos apartados seguintes é apresentado uma análise dos códigos que integram cada subcategoria.

## 5.1 Subcategoria Problemas de Consumo Enfrentados na Covid-19

Os problemas de consumo representam situações que exigiram decisões dos entrevistados durante o período da pandemia Covid-19 para manter o seu padrão de consumo. Estas situações exigiram dos entrevistados algumas ações para satisfazer as suas necessidades de consumo. Os códigos que formam a subcategoria Problemas enfrentados na Covid-19 estão listados no quadro 69.

**Quadro 69** Lista de Códigos que formam a Subcategoria Problemas de Consumo Enfrentados na Covid-19

Nº	Código	Significado do Código
31	Problemas enfrentados na pandemia	Relata os problemas enfrentados com o aumento de preços de itens de consumo pelos entrevistados durante a Covid-19.
32	Redução no valor cobrado pela atividade profissional executada	Identifica os problemas vivenciados decorrentes da redução do valor cobrado pela atividade profissional executada.
33	Gastos decorrentes da necessidade de utilizar as redes sociais para atendimento dos clientes.	Relata as dificuldades enfrentadas na utilização de equipamentos de informática e redes sociais.
34	Diminuição de Renda	Destaca a diminuição de ofertas de trabalho e conseqüente diminuição dos rendimentos oriundos do trabalho executado.
35	Perda de postos de trabalho.	Relata a busca por trabalho vivenciada por trabalhadores que perderam os seus postos de trabalho na Covid-19.
36	Dificuldade de pagar dívidas	Relaciona os problemas decorrentes da falta de recursos financeiros para saldar dívidas contratadas.
37	Aumento de pessoas núcleo familiar	Discorre sobre o aumento de pessoas no núcleo familiar.
38	Gasto com medicação e problemas de saúde	Identifica aumento de gastos com medicação e tratamento de problemas de saúde.
39	Exercício da atividade profissional com sentimento de medo e incertezas	Relata o sentimento de medo, pânico e incertezas vivenciado pelos entrevistados na execução das suas atividades durante o período de pandemia.
40	Dificuldades em encontrar locais que fornecem alimentação	Relacionar os problemas identificados pelos trabalhadores em conseguir local que comercializasse alimentação no período da Covid-19
41	Dificuldades em encontrar produtos de consumo	Relaciona a percepção dos entrevistados sobre as dificuldades de encontrar produtos que faziam parte do seu consumo durante o período da Covid-19
42	Necessidade de buscar trabalho de forma independente	Assinala a necessidade de buscar trabalho de forma independente pelos entrevistados.
43	Aumento da demanda pelo trabalho executado	Relata o aumento de demanda de serviços prestados durante a Covid-19.

## 5.2 Subcategoria Enfrentamento dos Problemas de Consumo provocados pela Covid-19

A subcategoria “Enfrentamento dos Problemas de Consumo provocados pela Covid-19” contempla as ações empreendidas pelos sujeitos investigados para sanar os danos causados pelos problemas de consumo enfrentados durante o período de pandemia. Nesta subcategoria registam-se os dados que emergiram da entrevista sobre a capacidade de resposta aos impactos provocados pela Covid-19 no consumo dos entrevistados. Os códigos que formam a referida subcategoria, estão enumerados no quadro 70.

**Quadro 70 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Enfrentamento dos problemas de consumo vivenciados na Covid-19**

44	Atuação laboral no período de Isolamento Social	Apresenta a rotina de trabalho dos trabalhadores independentes no contexto da Covid-19
45	Estocagem de mantimentos	Identifica a compra de itens de alimentos acima das necessidades imediatas de consumo.
46	Diminuição de consumo de itens de presentes	Relaciona a diminuição de gasto com consumo de itens de presente para amigos e familiares
47	Diminuição de consumo de vestuário	Elenca a diminuição de consumo com itens de vestuário.
48	Diminuição de consumo com serviços de restaurantes, centros comerciais, e eventos sociais.	Relaciona a diminuição de consumo com alimentação em restaurantes, e com compras em centros comerciais.
49	Diminuição de consumo com serviços de estética	Relaciona a diminuição de consumo com serviços pessoais de estética
50	Não constatada alteração no consumo durante a Covid-19	Identifica entrevistados que não perceberam nenhuma alteração no seu consumo durante a Covid-19
51	Diminuição de consumo com bebidas alcoólicas, e com carne em reuniões domiciliares.	Relaciona a diminuição do consumo com bebidas e alimentos em reuniões domiciliares de amigos e familiares.
52	Modificação da Dieta Alimentar	Aborda a modificação de dieta alimentar adotada por entrevistados.
53	Substituição de alimentos por itens de menor preço.	Contempla as medidas adotadas de substituição de alimentos por marcas diferentes, e produtos similares.
54	Consumo em função de ações de solidariedade	Aborda sobre o consumo por meio de ações de solidariedade.
55	Diminuição de consumo com serviços	Relata a diminuição de consumo com serviços domiciliar.

### 5.3 Subcategoria Enfrentamento da Alta de Preços

Sem dúvida a alta de preços é sentida de forma severa pelas pessoas que tem a sua renda consumida integralmente pelo seu sustento, ou seja, as pessoas de baixa renda sofrem com o reflexo da inflação com maior intensidade do que aquelas pessoas que dispõem de uma situação financeira de renda superior ao seu consumo alimentar.

A subcategoria “Enfrentamento da Alta dos Preços” tem por propósito agrupar todos os dados que revelam como os entrevistados empreenderam ações para suportar a inflação vivenciada durante a Covid-19 e manter o seu padrão de consumo. Os códigos que formam essa categoria estão apresentados no quadro 71.

**Quadro 71 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Enfrentamento da Alta dos Preços**

Nº	Código	Significado do Código
56	Itens de consumo percebidos com maior alta de preço	Elenca os itens considerados com maior alta de preços durante a pandemia segundo a percepção dos entrevistados.
57	Sentimento de desaponto frente a alta dos preços no entorno social	Expressa o sentimento dos entrevistados que não é possível fazer nada para frear a alta dos preços.
58	Alternativas de produzir itens de consumo	Relaciona iniciativas de produção de itens de consumo antes adquiridos e produzidos pelo entrevistado ou por sua família.
59	Busca por melhor preço e por produtos similares.	Identifica as ações prévias empreendidas antes da aquisição dos itens de consumo.
60	Mudança de hábito alimentar.	Indica mudanças de hábito de consumo, adotadas pelos entrevistados.
61	Limite de compras	Identifica o limite das compras realizadas pelos entrevistados durante o período de alta dos preços.
62	Aquisição de peças de vestuário em brechós.	Indica as compras realizadas em espaços que comercializam itens de segunda mão.

## 6- Significado da Categoria Modificações de Consumo na Covid-19

A categoria Modificações de Consumo na Covid-19 tem por significado descreve a percepção dos entrevistados sobre as modificações no seu comportamento de consumo herdadas do período da pandemia Covid-19. Esta categoria congrega os códigos que revelam a percepção dos entrevistados sobre as modificações no seu comportamento de consumo herdadas do período de pandemia.

As duas subcategorias que integram essa unidade de análise são: modificações de consumo na Covid-19 e pronóstico para o período pós-pandemia. A primeira subcategoria

relaciona os dados codificados que traduzem as mudanças de comportamento de consumo, e a segunda subcategoria revela a percepção dos entrevistados sobre o período pós pandemia.

É imperativo compreender que as modificações de comportamento de consumo traduzem alterações na forma de consumir de uma pessoa. Porque o comportamento de consumo é resultado da soma das ações empreendidas pelo agente consumidor, e toda a alteração modifica o comportamento dessa pessoa. E que a percepção sobre o período pós pandemia traz consigo uma reflexão pessoal dos entrevistados para o período onde a pandemia não mais exista.

### 6.1 Subcategoria Modificações de consumo na Covid-19

A subcategoria “Modificações de Consumo na Covid-19” objetiva relacionar as modificações de comportamento de consumo vivenciadas pelos entrevistados no período da pandemia. Estas modificações resultam de ações de consumo incorporadas ao comportamento de consumo dos sujeitos entrevistados. Os códigos que formam esta subcategoria estão listados no quadro 72.

**Quadro 72 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Modificações de consumo na Covid-19**

Nº	Código	Significado do Código
63	Compras em função da necessidade	Relata a forma de comprar considerando a extrema necessidade do item a ser consumido.
64	Visitas a centros comerciais não são mais uma rotina	Explana sobre a alteração da rotina habitual de frequentar centros comerciais, e reuniões sociais.
65	Aumento do gasto financeiro do consumo em função da alta dos preços	Relata que percebeu um maior gasto para custear os itens de consumo decorrente da alta dos preços de itens de consumo.
66	Mais tempo em casa e mais valor à família	Narra que o entrevistado passou a ter mais tempo com a família e a conviver mais com os familiares.
67	Início do exercício de atividade profissional como trabalhador independente	Discorre sobre a necessidade de empreender uma atividade independente para obter renda, e conseguir custear o seu consumo.
68	Percebe mudanças em todos os sentidos	Relata a percepção de mudança de consumo em todos os sentidos ocorridas no contexto da pandemia.
69	Maiores oportunidades de trabalho	Relaciona a percepção dos entrevistados que acreditam terem maior oportunidade de trabalho no contexto da Covid-19.
70	Não percebe mudanças de comportamento de consumo	Identifica opiniões de entrevistados que não percebem mudanças de consumo no contexto da Covid-19.

(continua pág. 316)

(continuação pág. 315)

Nº	Código	Significado do Código
71	Trabalhar com medo do contágio	Regista o medo do contágio de entrevistados que tem de trabalhar durante a pandemia Covid-19.
72	Redução do número de clientes	Identifica a redução do número de clientes e da demanda por serviços ofertados, e consequente redução de renda durante o período de pandemia.
73	Desemprego	Regista a perda do emprego ocorrido na Covid-19.
74	Aumento de consumo com serviços de entretenimento	Relata o aumento com consumo de serviços de entretenimento ocorridos durante a pandemia e incorporados ao orçamento de consumo dos entrevistados.
75	Aumento do consumo com equipamentos de proteção	Relaciona o consumo adicional com itens de equipamentos de proteção individual como medida de proteção adotada para evitar o contágio da Covid-19.

## 6.2 Subcategoria Pronóstico para o Período Pós-Covid-19

A subcategoria “Pronóstico para o Período Pós-Covid-19” congrega os dados que emergiram das entrevistas sobre o pensamento dos entrevistados de “como será o consumo” no período em que a pandemia deixar de provocar danos. O quadro 73 relaciona os códigos que integram esta subcategoria.

**Quadro 73 Lista de Códigos que formam a Subcategoria Pronóstico para o Período Pós-Covid-19**

Nº	Código	Significado do Código
76	Previsão de um período difícil a enfrentar.	Reúne a percepção dos entrevistados de um sentimento de medo para o período pós-pandemia onde diversos problemas serão enfrentados.
77	Pronóstico de que pouca coisa vai se modificar.	Evidencia a percepção dos entrevistados de um sentimento de poucas mudanças no período pós-pandemia.
78	Sentimento de que tudo vai voltar ao normal como era antes da pandemia	Relata a percepção dos entrevistados de um sentimento de que tudo voltará ao normal, ou seja, tudo será como antes da pandemia.
79	Pronóstico de um novo normal	Reúne a percepção dos entrevistados de um sentimento que o período pós-pandemia e será um novo normal.
80	Prognóstico sobre o consumo de peças de vestuário no período pós-Covid-19	Traduz as intenções de consumo de peças de vestuário pelos entrevistados no período pós-pandemia.

## 7- Considerações finais a respeito da codificação axial.

Após a análise dos códigos que integram cada categoria, procedeu-se a análise da forma como cada categoria afeta o fenômeno, e da definição da relação e inter-relação dessas unidades de análise com o fenômeno investigado. Os quadros 32 e 33 do apartado 3.3.5 apresentam o resultado da análise. O passo seguinte foi a aplicação do Modelos paradigmático de *Strauss* e *Corbin* a investigação realizada. Esta aplicação está registada no quadro 34 do apartado 3.4

**ANEXO III SIGNIFICADO DOS CÓDIGOS QUE EMERGIRAM DAS  
CODIFICAÇÕES ABERTA E AXIAL**

## CÓDIGOS QUE EMERGIRAM DAS CODIFICAÇÕES ABERTA E AXIAL

<p><b>Código 01:</b> Aplicação do Benefício Social- Auxílio Emergencial Covid-19</p> <p><b>Significado do Código:</b> Assinala o recebimento e o objeto de gasto do benefício social Auxílio Emergencial Covid-19. O auxílio emergencial para o enfrentamento da Covid-19 foi uma ajuda em forma de subsídio paga pelo Governo Federal brasileiro a pessoas de baixa renda. O abono foi pago segundo alguns critérios estabelecidos na Lei Federal n. °13.982/2020.</p> <p><b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“...recebi e acabei usando para comprar um computador” (Entrevista 03).</i>  <i>“...paguei contas de água e luz que estavam atrasadas...” (Entrevista 04).</i>  <i>“...foi junto para pagar a fatura do cartão, água, luz, gás” (Entrevista 05).</i>  <i>“Recebi e gastei com o aluguel” (Entrevista 06).</i>  <i>“... com comida e alguma coisa para a nené” (Entrevista 07).</i>  <i>“Gastamos com pagamento de contas de água, luz e compra de alimentos” (Entrevista 08).</i>  <i>“...um dos meus filhos recebeu e gastou com um computador para ele” (Entrevista 09).</i>  <i>“Comprei comida, paguei conta de água e luz atrasada, ajudou também no aluguel” (Entrevista 10).</i>  <i>“Foi uma boa ajuda, pagamos algumas contas que estavam atrasadas e o resto foi no supermercado mesmo para comprar comida para casa” (Entrevista 01).</i>  <i>“Recebi e gastei nas despesas da casa e do negócio...” (Entrevista 11).</i>  <i>“...gastei com combustível para continuar rodando e ajudou a complementar o pagamento da pensão” (Entrevista 12).</i>  <i>“...paguei água e luz, e comprei comida” (Entrevista 13).</i>  <i>“...gastei com as compras de comida para casa” (Entrevista 14).</i>  <i>“...gastei tudo com contas e comida” (Entrevista 15).</i>  <i>“... foi todo no aluguel” (Entrevista 16).</i>  <i>“...gastei com pagamento de parte da minha dívida e com o aluguel” (Entrevista 17).</i>  <i>“... foi todo em comida” (Entrevista 18).</i>  <i>“...foi na pensão do meu guri” (Entrevista 19).</i>  <i>“...usei para pagar aluguel, água e luz” (Entrevista 20).</i>  <i>“...usei para ajudar nos gastos da casa” (Entrevista 21).</i></p>
<p><b>Código 02:</b> Benefícios Sociais Recebidos</p> <p><b>Significado do Código:</b> Apresenta a denominação dos benefícios sociais recebidos pelos entrevistados. Os benefícios sociais representam ajudas em forma de subsídio governamental pagas pelo Governo para ajudar as pessoas que enfrentam uma situação vulnerável. São benefícios sociais pagos pelo governo Federal brasileiro: bolsa família, auxílio reclusão, auxílio emergencial para o enfrentamento da Covid-19, benefício de prestação continuada, e seguro-defeso.</p> <p><b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Minha mulher recebe R\$ 180,00 de bolsa família por mês, e eu todo o ano recebo o seguro defeso, sou pescador, né” (Entrevista 04).</i>  <i>“Sim, a minha esposa recebe” (Entrevista 06).</i>  <i>“Minha mulher recebe” (Entrevista 07).</i>  <i>“Sim, a gente recebe o bolsa família das crianças” (Entrevista 08).</i>  <i>“Recebo sim o bolsa família” (Entrevista 13).</i>  <i>“Minha mulher recebe sim o bolsa família das gurias” (Entrevista 15).</i>  <i>“Recebo sim, o bolsa família que ajuda bastante” (Entrevista 16).</i>  <i>“Tenho uma filha de cinco anos, recebo o bolsa família dela” (Entrevista 17).</i></p>

(continua pág. 319)

(continuação pág. 318)

<b>Código 03:</b> Existência de um fundo de reserva financeiro.
<b>Significado do Código:</b> Busca informações sobre a existência de um fundo de reserva financeiro. Uma reserva financeira significa a existência de uma disponibilidade de recursos financeiros guardada por uma pessoa.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “...não tem dinheiro sobrando...” (Entrevista 01). “... sempre que sobra algum dinheiro tem uma fila de coisa faltando...” (Entrevista 02). “Eu até tinha uma grana que estava juntando para fazer uma pós-graduação, e que acabei usando para ajudar a pagar as despesas que aumentaram nessa maldita pandemia” (Entrevista 03). “...nunca tive ...” (Entrevista 04). “... usei todo o dinheiro da minha rescisão de trabalho A gente não imaginava que essa pandemia iria durar tanto” (Entrevista 06).
<b>Código 04:</b> Existência de dívidas
<b>Significado do Código:</b> Apresenta informações sobre dívidas existentes pelos entrevistados. Esta informação é útil porque o pagamento de dívidas compromete parte da renda financeira do trabalhador, e consequentemente diminui a disponibilidade financeira para compras de itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> ”... os juros são grandes” (Entrevista 01). “...ainda faltam muitas prestações para terminar, não vejo a hora de quitar essa dívida (Entrevista 02). Sobre o uso do cheque especial “Tem mês que não tem jeito a gente usa, mas procuro não usar porque os juros são muito altos. Mas quando não tem remédio tem de usar e pronto” (Entrevista 02). “... e todo o mês tem que pagar a prestação, se atrasar é juros alto” (Entrevista 03). “A anos estou negativado, não tem como pagar, não posso ter conta em banco por isso. Também não tenho grandes dinheiro, e para eles a gente não interessa. As vezes recebo mensagem de cobrança no celular, nem atendo (Entrevista 04). “Nem conta no banco, mas eu tenho, o que ficou foi uma dívida que não sei quando vou conseguir pagar” (Entrevista 06). “...estamos pagando um empréstimo que fizemos com prazo de 5 anos” (Entrevista 14). “...se acumulam porque o dinheiro que entra é só para comida, aluguel e conta de água e luz” (Entrevista 18). “Tenho dívida de cartão de crédito, aluguel atrasado, contas de água e luz também estão em atraso, dívida é o que não falta” (Entrevista 20).
<b>Código 05:</b> Destino da renda obtida com a atividade executada
<b>Significado do Código:</b> Assinala a aplicação do recurso financeiro obtido com o exercício da atividade profissional. A renda obtida com a atividade profissional compreende o montante financeiro recebido pelos serviços prestados, e/ou produtos comercializados. E a aplicação traduz o destino de aplicação desse montante.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> Sobre o questionamento se o dinheiro ganho com a atividade é suficiente para cobrir todas as despesas da casa e da propriedade: “. tem que ser, não temos outro lugar para conseguir dinheiro, não temos parentes que possam nos dar então temos é que trabalhar e pronto” “E o pior é que todo o mês falta, a gente acaba sempre gastando mais do que vai receber” (Entrevista 02). “Eu te digo que gasto tudo com minha família, e olha que sempre falta” (Entrevista 4).

(continua pág. 320)

(continuação pág. 319)

<b>Código 06: Aquisição de itens de consumo</b>
<b>Significado do Código:</b> Identifica os itens objetos de consumo adquiridos pelos entrevistados.
<b>Sobre a composição do consumo mensal</b> “Com comida, água, luz, internet e pagamento das dívidas.” (Entrevista 07). “Também se gasta bastante com remédio, eu agora estou com depressão a minha mulher toma alguns remédios para a diabete, mas esses ela tira no Posto de Saúde...” (entrevista 07), “Com aluguel, água, luz e comida (Entrevista 08). “Com comida, combustível, água, luz e internet (Entrevista 09). “com o que sobra do aluguel, gasto com comida e já era, não sobra nada” (Entrevista 10). “Com comida, água, luz e internet” (Entrevista 11). “Eu só consigo pagar a internet e a pensão do meu filho com o que ganhou como motorista de aplicativo, os outros gastos são meus pais que arcam” (Entrevista 12). “Comida, arroz, feijão, açúcar, massa, e quando se pode uma misturinha (carne)” (Entrevista 13). “De tudo, comida, água, luz, gás, telefone, internet” (Entrevista 14). “Pagamento de conta e comida” (Entrevista 15). “Comida, aluguel, água, luz, e remédio, todo o mês tem gastos com remédio” (Entrevista 16). “Eu pago aluguel, gasto com comida, e contas da casa, água e luz” (Entrevista 17). “Comida e aluguel, água, luz e internet” (Entrevista 20). “Basicamente comida, a casa é nossa. Tem as contas mensais de água, luz e internet” (Entrevista 21).
<b>Código 07: Aquisição de móveis e itens de vestuário</b>
<b>Explicação do Conceito:</b> Identificar a maneira como são adquiridos pelos entrevistados os móveis de sua residência e as peças de vestuário
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “Só comprei mesmo foi para a minha neta, que cresceu e estava sem roupas” (Entrevista 02). “Roupa e móveis, não se compra quando não se tem dinheiro. A gente compra alguma roupa é para a nené, mas ela ganha muita roupa. O gasto é com fralda e alguma coisinha que ela precise..... Móveis a gente não compra há muito tempo, até teria que comprar alguma coisa, mas vamos nos virando com o que tem. A geladeira precisa há muito tempo ser trocada, ainda funciona fica, é assim que a gente faz. Os meus equipamentos eu quando posso compro algum, mas os clientes ajudam porque é para fazer serviço para eles. (Entrevista 07) “As roupas são de amigos que não usam mais e passam para nós. A gente também faz o mesmo, quando não usa passa para outros que possam usar” (Entrevista 07) “...a gente compra muito pouca roupa, na maioria das vezes a gente ganha as roupas que usa para nós e as crianças. Ganhamos roupas de amigos ou de campanhas dessas associações que ajudam. E quando precisa comprar algo, procuramos em lojas de brechó” (Entrevista 08). “Móveis a gente não compra faz muito tempo, os nossos não estão bons, mas dá para o gasto. A roupa só se compra quando se vai a uma festa, mas agora não tem festa, não tem por que comprar roupas” (Entrevista 09). “Não, o dinheiro não deu para isso (Entrevista 21).
<b>Código 08: Compras com Cartão de Crédito</b>
<b>Significado do Código:</b> Discorre sobre a utilização do cartão de crédito como meio para pagamento das aquisições de itens de consumo.
“Comprei no cartão da minha mãe, e tenho que pagar todo o mês. Eu não tenho cartão, a minha mãe me empresta quando eu preciso comprar alguma coisa. Eu sempre pago para ela” (Entrevista 04). “Tudo é comprado no cartão de crédito, e aí vem a dor de cabeça quando essa fatura vence” (Entrevista 05). “Não uso cartão de crédito, meu nome está negativado por causa de um empréstimo que não consegui pagar quando fechei meu salão sai endividada (Entrevista 10).

(continua pág. 321)

(continuação pág. 320)

<b>Código 09:</b> Forma de Compra dos itens de consumo
<b>Significado do Código:</b> Identificar como os entrevistados adquirem os seus itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>Uso da internet para pesquisa de preços, e compras.</b> <i>“Eu usei a internet para ver preços...” (Entrevista 02).</i> <i>“Usei a internet para ver o preço, liguei para as agropecuárias, fiz chamada pelo WhatsApp para fazer a reserva” (Entrevista 03).</i>  <b>Algumas coisas são compradas pela internet outras são compradas de forma presencial. As compras pela internet realizadas para amigos e familiares.</b> <i>“Algumas pela internet outras nos supermercados mesmo” (Entrevista 18).</i> <i>“Alguma coisa a gente pede em casa, mas a maioria a gente compra no supermercado (Entrevista 06).</i> <i>“.. a gente faz o rancho e vai usando, quando termina compra na venda e lá vai contar para pagar no final do mês. O rancho a gente faz no olho, vai comprando o que identifica que está precisando” (Entrevista 07).</i>  <i>Pouca coisa se pede pela internet, a maior parte se comprou mesmo no supermercado (Entrevista 08).</i> <i>“Eu uso bastante a internet, sempre que compro algo peço pela internet” (Entrevista 12).</i> <i>“No supermercado e alguma coisa pela internet às vezes peço alguma coisa para comer pelo aplicativo (Entrevista 17).</i> <i>“...faço compras para a minha mãe que não sabe usar a internet, geralmente peço pelo aplicativo e eles entregam para ela” (Entrevista 18).</i> <i>Tudo pela internet, eu faço para os meus pais” (Entrevista 19).</i> <i>“Tudo pela internet” (Entrevista 21).</i>  <b>Compras presenciais no supermercado e em mercados próximos da residência.</b> <i>“Direto no supermercado, eu ou meu filho, fazíamos as compras para a casa, e a ração direto na agropecuária” (Entrevista 01).</i> <i>“...e eu ou o meu pai fomos até a cidade para fazer a compra. Aqui não fazem entrega é longe, e se fizessem sairia muito caro” (Entrevista 03).</i> <i>“A gente continua indo no supermercado, e na maior parte das vezes no mercadinho aqui de perto, os preços são maiores, mas ele vende para pagar depois, e como tem vezes que não temos dinheiro para ir ao supermercado a gente compra lá mesmo” (Entrevista 04).</i> <i>“A gente compra no supermercado, e na venda perto de casa” (Entrevista 05).</i> <i>“No supermercado e no armazém que fica perto de casa” (Entrevista 07).</i> <i>“No supermercado” (Entrevista 09)</i> <i>“.. não compro mais no mercado que fica perto da minha casa porque os preços estão muito caro, no supermercado é mais em conta” (Entrevista 10).</i> <i>“Eu compro direto no supermercado vou até lá, ou vai o meu marido...” (Entrevista 11)</i> <i>“No mercado próximo de casa, a gente não tem dinheiro suficiente para comprar no supermercado” (Entrevista 13).</i> <i>“” ... na feira e no supermercado” (Entrevista 15).</i> <i>“No mercado que fica próximo da minha casa, eu compro, meus filhos compram e no final do mês eu pago, as vezes não pago tudo o que devo, pago só o que posso e continuo comprando, a anos que é assim” (Entrevista 16).</i> <i>“Eu quando consigo algum dinheiro, compro no supermercado” (Entrevista 20).</i> <b>Compras direto com os produtores.</b> <i>“Direto com os produtores, ligando, conversando e pedindo preço” (Entrevista 14).</i>

(continua pág. 322)

(continuação pág. 321)

<b>Código 10:</b> Itens de Consumo comprados e não utilizados
<b>Significado do Código:</b> Identificação de itens de consumo adquiridos e não utilizados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <b>Tipos de produtos comprados e não utilizados</b> <i>“Mulher sempre tem roupa que comprou e não usou, fora isso não me lembro de mais nada” (Entrevista 02).</i> <i>“Se procurar tem sim, se pensar bem acho que teve de ter alguma roupa que comprei e nunca use” (Entrevista 03).</i> <i>“Tem sim, tem uma máquina de fazer café expresso que usamos no máximo umas duas vezes. É item de decoração, e não custou barato quando a compramos” Entrevista 08).</i> <i>“Todo o mundo tem uma porcaria que comprou e nunca utilizou, perdeu dinheiro e não tem mais o que fazer” (Entrevista 09).</i> <i>“Eu só me dei mal em todas as compras que fiz pela internet de roupas, nunca ficaram como eu esperava, desses-me arrependi, mas faz bastante tempo que não compro roupa, isso foi antes da pandemia” (Entrevista 18).</i>  <b>Não comprou nenhum produto que não utilizou</b> <i>“Eu acho que comprar sem utilizar é colocar dinheiro fora, e eu não me posso dar ao luxo de colocar o meu dinheiro fora. Procuro não pensar nisso, acho que sempre compro o que preciso” (Entrevista 01).</i> <i>“Eu não” (Entrevista 04)</i> <i>“Não me lembro” (Entrevista 07)</i> <i>“Eu acho que não, pobres não tem isso não” (Entrevista 18).</i>
<b>Código 11:</b> Itens de consumo agregados a atividade profissional
<b>Significado do Código:</b> Lista os itens de consumo exigidos pela atividade profissional.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“...os gastos são com alimentos dos animais, medicamentos veterinários, suprimentos de forma geral, sementes, peças de reposição dos poucos equipamentos que temos. Tem também o combustível para fazer trabalhar os equipamentos e o alto gasto com a conta de luz” (Entrevista 03).</i> <i>“... tenho um barquinho, de gasto é óleo para o motor e as redes” (Entrevista 04).</i> <i>“Gasolina para chegar até o trabalho...” (Entrevista 05).</i> <i>“Eu tenho que ter os equipamentos porque os clientes não têm, eu atendo nas casas, então tenho que ter furadeira, chaves, lixadeira” (Entrevista 07).</i> <i>“Gasolina e conserto da moto” (Entrevista 08).</i> <i>“Combustível, peças de reposição para o caminhão e serviços de mecânica” (Entrevista 09).</i> <i>“Gastos com transporte até a residência do paciente...” (Entrevista 10).</i> <i>“Todo o material para fazer os doces e salgados são por minha conta” (Entrevista 11).</i> <i>“Produtos que revendo. Hoje eu vendo sanduíches e café” (Entrevista 13).</i> <i>“Os produtos que vendemos, o combustível da nossa caminhonete para trazer os produtos à feira” (Entrevista 14).</i> <i>“Eu tenho que chegar até a casa em que vou trabalhar, gasto com transporte” (Entrevista 16).</i> <i>“Eu preciso ter esmaltes, alicates, pinças, removedor de esmalte, lixas e tudo o mais para fazer unhas” (Entrevista 17).</i> <i>“Matéria-prima (linha e lâ) e agulhas” (Entrevista 20).</i>

(continua pág. 323)

(continuação pág. 322)

<b>Código 12:</b> Fator que orienta a decisão da Aquisição de Itens de Consumo
<b>Significado do Código:</b> Relata os fatores que orientam e determinam sobre a decisão de adquirir um item de consumo. Os fatores que orientam a decisão de aquisição de itens de consumo são decisivos para determinar a realização ou não de comprar um item de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>Considera o preço</b> <i>“Claro, vejo o preço antes de fazer a compra” (Entrevista 02).</i> <i>“Acho que o preço” (Entrevista 03).</i> <i>“Eu acho que o preço” (Entrevista 05).</i>  <b>Considera o preço e a utilidade</b> <i>“O preço e o que eu preciso” (Entrevista 04).</i> <i>“O preço e se realmente a gente precisa” (Entrevista 06).</i>  <b>Considera a utilidade</b> <i>“Só compro quando é preciso” (Entrevista 07).</i>  <b>Se poderá pagar</b> <i>“Sempre penso se vou ter como pagar”. “O pagamento, porque agora compro quase tudo em cartão de crédito. Então depois que se compra, vem a preocupação de fazer o pagamento, e quando chega a fatura do cartão a gente pensa que foi um idiota e comprou demais” (Entrevista 01)</i> <i>“Eu pouco compro, eu acho que me preocupo em ter como pagar quando faço alguma compra” (Entrevista 02).</i> <i>“Pagar e pagar” (Entrevista 04).</i> <i>“Saber que vai poder pagar” (Entrevista 06).</i>
<b>Código 13:</b> Fatores que limitam a decisão de consumo
<b>Significado do Código:</b> Identificar os fatores limites que impedem a decisão de adquirir um item de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu acho que é o dinheiro que tenho para receber do leite. Se não tenho dinheiro não tenho como pagar, então não compro” (Entrevista 01).</i> <i>“... é o quanto de dinheiro a gente tem ou vai ter.” (Entrevista 02).</i> <i>“A falta de dinheiro” (Entrevista 03).</i> <i>“Dinheiro, ora” (Entrevista 04).</i> <i>“Falta de dinheiro mesmo” (Entrevista 05).</i> <i>“Dinheiro” (Entrevista 06).</i> <i>“Falta de dinheiro” (Entrevista 07).</i> <i>“Dinheiro” (Entrevista 09).</i> <i>“Vontade não falta, falta é dinheiro mesmo” (Entrevista 10).</i> <i>“Eu acho que o dinheiro” (Entrevista 11).</i> <i>“Numerários” (Entrevista 12).</i> <i>“Dinheiro é claro” (Entrevista 13).</i> <i>“Quando se tem dinheiro se compra, quando não se tem, não se compra” (Entrevista 14).</i> <i>“O dinheiro” (Entrevista 15).</i> <i>“O dinheiro é que impede guria” (Entrevista 16).</i> <i>“Falta de dinheiro para fazer as compras” (Entrevista 17).</i> <i>“Falta dinheiro, tudo é movido pelo maldito dinheiro” (Entrevista 18).</i> <i>“Se eu tivesse dinheiro eu compraria muita coisa”. (Entrevista 19)</i> <i>“Dinheiro” (Entrevista 20).</i> <i>“A falta de dinheiro” (Entrevista 21).</i>  <b>Utilidade do bem/serviço limite de compra</b> <i>Se não for útil para nós não compramos (Entrevista 08)</i>

(continua pág. 324)

(continuação pág. 323)

<b>Código 14:</b> Produtos que faltam na sua residência
<b>Significado do Código:</b> Identificar os produtos que estão faltando nos lares dos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>
<b>Animais de serviços na atividade rural e eletrodomésticos para casa</b> <i>“Sempre falta, eu queria ter mais umas vaquinhas, queria ter alguns equipamentos na minha casa que ajudasse mais a minha mulher, mas não dá, quem sabe no futuro a gente não possa comprar tudo aquilo que quer” (Entrevista 01).</i>
<b>Um emprego na área de formação</b> <i>“Um emprego como engenheiro e aí do resto eu me encarregarei” (Entrevista 03).</i> <i>“... só um emprego para mim” (Entrevista 21).</i>
<b>Equipamento de Informática, moveis, e barco de pesca para a atividade exercida</b> <i>“Claro que sim, falta tudo. Celular, computador para aquelas crianças, Móveis porque tudo é velho, o meu barco também poderia ser melhor, falta tudo só não falta é alegria, que isso tem bastante” (Entrevista 04)</i>
<b>Percebe que faltam itens de consumo, porém não sabe precisar o que falta</b> <i>“Casa de pobre sempre falta alguma coisa” (Entrevista 02).</i> <i>“Sempre falta, ainda mais quando se tem filhas” (Entrevista 05).</i> <i>“Sempre falta, mas nada de urgente” (Entrevista 08).</i> <i>“Claro que sim, em casa de pobre falta tudo menos a alegria” (Entrevista 09).</i> <i>“Eu acho que muita coisa falta, mas vai ficar faltando até que entre dinheiro” (Entrevista 15).</i> <i>“Nem é bom falar no que falta, senão a gente fica triste, falta tudo” (Entrevista 16).</i>
<b>Moveis e equipamento de informática</b> <i>“Eu acho que não, mas se olhar bem falta, nossos móveis não são bons. Falta computador para as crianças” (Entrevista 06).</i> <i>“Meus móveis são todos muito ruins, também queria um computador para a minha guria, com o tempo a gente consegue” (Entrevista 17).</i>
<b>Moveis e eletrodomésticos</b> <i>“Praticamente tudo, nossos moveis são velhos, precisaria trocar tudo” (Entrevista 07)</i> <i>“Muita coisa, os meus moveis são bem velhinhos, acho que de tanto me mudar” (Entrevista 10).</i> <i>“Bastante coisa, a geladeira precisaria ser trocada também a máquina de lavar roupas que está bem velhinha e quebra todo o mês” (Entrevista 18).</i>
<b>Não percebe que esteja faltando alguma coisa</b> <i>“Por enquanto nada” (Entrevista 11).</i> <i>“Não que eu me recorde” (Entrevista 14).</i> <i>“Na casa dos meus pais queres dizer, não, não está faltando nada” (Entrevista 19).</i>
<b>Uma casa</b> <i>“A casa, eu moro com os meus pais. De momento o que tenho está valendo, mas me falta tudo para viver a minha vida” (Entrevista 12).</i>
<b>Falta tudo comida e roupas para as crianças</b> <i>“Tudo, de comida a roupa para as crianças” (Entrevista 13)</i>

(continua pág. 325)

(continuação pág. 324)

<p><b>Código 15:</b> Identifica os itens de consumo adquiridos pelos entrevistados se existissem recursos financeiros suficientes para suportar a compra deles.</p>
<p><b>Significado do Código:</b> Relaciona os produtos que seriam consumidos caso existisse numerários suficientes para a suportar a comprá-los.</p>
<p><b>Extrato das Entrevistas:</b></p> <p><i>“Eu compraria mais coisas para minha propriedade, para minha casa, procuraria dar mais coisas para minha esposa” (Entrevista 01).</i></p> <p><i>“Muitas coisas” (Entrevista 02).</i></p> <p><i>“Eu compraria uma casa e um carro” (Entrevista 03).</i></p> <p><i>“Eu compraria um carro, uma casa, um monte de coisa boa, um lugar bem bonito para fazer uma casa bem grande. Eu também compraria um grande barco” (Entrevista 04).</i></p> <p><i>“Um carro, uma moto, uma casa grande, uma casa na praia” (Entrevista 05).</i></p> <p><i>“Uma casa para não mais pagar aluguel” (Entrevista 06).</i></p> <p><i>“Tanta coisa eu compraria, acho que casa, carro, lindos moveis e muitos brinquedos para a minha filha” (Entrevista 07).</i></p> <p><i>“Uma casa, um lindo sítio e faria uma grande viagem” (Entrevista 08).</i></p> <p><i>“Uns caminhões novos e uma casa grande” (Entrevista 09).</i></p> <p><i>“Primeiro uma casa, depois um carro e tudo o que o dinheiro desse para comprar” (Entrevista 10).</i></p> <p><i>“Carro, casa, uma loja grande para expor meus produtos, quem sabe até uma fábrica” (Entrevista 11).</i></p> <p><i>“Um carro melhor, uma casa, viajaria pelo mundo” (Entrevista 12).</i></p> <p><i>“Eu compraria tudo, uma casa, carro, moto e muita coisa bonita para colocar na casa, eu compraria também uma piscina bem grandona e faria muito churrasco com a gurizada” (Entrevista 13).</i></p> <p><i>“Um caminhão grande para a feira” (Entrevista 14).</i></p> <p><i>“Um carro, uma casa e quem sabe até uma fazenda” (Entrevista 15).</i></p> <p><i>“Primeiro uma casa e depois eu ia colocar no banco o dinheiro para não precisar trabalhar tanto, ando cansada guria” (Entrevista 16).</i></p> <p><i>“Casa, carro, joias e tudo o que eu pudesse” (Entrevista 17).</i></p> <p><i>“Uma casa e um carro” (Entrevista 18).</i></p> <p><i>“Um carro, uma casa e sairia da cidade para uma grande cidade” (Entrevista 19).</i></p> <p><i>“..., eu compraria um bom carro, uma casa grande, uma casa na praia” (Entrevista 21).</i></p>

(continua pág.326)

(continuação pág. 325)

<b>Código 16:</b> Pensa sobre o ato de adquirir um produto antes de executar a compra
<b>Significado do Código:</b> Identificar as ideias que orientam a ação de aquisição de itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>A compra é motivada pela percepção de que o produto é útil</b> <i>“Às vezes sim, às vezes eu compro alguma coisa que vi e penso que vou precisar e acabo comprando” (Entrevista 01).</i> <i>“Às vezes sim, as vezes não, muitas vezes compro porque está barato e sei que vou usar” (Entrevista 08).</i>  <b>A compra gera um sentimento de felicidade</b> <i>“Acho que nada, a gente fica feliz de comprar o que quiser, e depois fica preocupado em pagar. Hoje pouca coisa se compra à vista, com dinheiro” (Entrevista 02).</i>  <b>Não percebe as compras como um programa de passeio</b> <i>“Não sou uma daquelas pessoas que vai às compras como um programa de passeio”. (Entrevista 03).</i>  <b>Sempre pensa antes de comprar</b> <i>“Sempre penso no que vou comprar, as vezes compro mais do que pensava, mas vou com o pensamento do que preciso comprar, outras vezes compro o que não pensei em comprar e esqueço o que tinha para comprar” (Entrevista 01).</i> <i>“... eu acho que sempre penso antes de comprar” (Entrevista 02).</i> <i>“Claro que sim” (Entrevista 04).</i> <i>“Sim eu sempre sei o que vou comprar” (Entrevista 05).</i> <i>“Eu acho que sim” (Entrevista 07).</i>
<b>Código 17:</b> Itens adquiridos sem arrependimento pela ação de consumo.
<b>Significado do Código:</b> Expressa o sentimento dos trabalhadores quando adquire itens de consumo e não se arrepende da realização da compra realizada.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>... “...quando compro algo para minhas vacas, nunca me arrependo” (Entrevista 01).</i> <i>“A gente sempre se assusta com o preço do supermercado e da farmácia, “..., mas não se arrepende de ter comprado porque ninguém pode ficar sem remédio, sem comida” (Entrevista 02).</i> <i>Sobre não se arrepender “Quando compro comida para os animais” (Entrevista 03).</i> <i>“Eu não me arrependo de comprar comida, triste é quem não pode e passa fome” (Entrevista 05).</i> <i>“A gente não pode se arrepender é de comprar comida do resto a gente não precisa” (Entrevista 06).</i>

(continua pág. 327)

(continuação pág. 326)

<p><b>Código 18:</b> Motivos de arrependimento por aquisições de consumo já realizadas.</p>
<p><b>Significado do Código:</b> Descrever os motivos que levaram os entrevistados a se arrependerem de terem empreendido alguma ação de aquisição de itens de consumo.</p>
<p><b>Extrato das Entrevistas:</b></p> <p><b>Arrependimento depois da compra não tem como desistir do pagamento</b> “..., mas não tem mais jeito então é pagar a fatura do cartão e seguir em frente” (Entrevista 01). “Na hora de pagar a gente sempre se arrepende”, “...depois é uma briga para pagar, porque não me conformo com o que tem de contas” (Entrevista 04). “Sempre quando pago me arrependo de ter comprado, mas aí não tem mais jeito” (Entrevista 05). “Na hora de pagar a gente sempre se arrepende” (Entrevista 16).</p> <p><b>Sentimento de que não estava precisando</b> “Sempre que vou no supermercado, ou em um shopping, quando chego em casa me pergunto que droga eu fiz, não precisava ter comprado...” Entrevista 01.</p> <p><b>Sentimento de arrependimento de ter desperdiçado recursos financeiros</b> “Muitas vezes comprei e depois fiquei arrependida de ter gastado tanto com o que compre”. (Entrevista 02). Itens que se arrependeu de ter comprado</p> <p><b>Itens que se arrependeu de ter comprado</b> “alguma roupa, ou alguma coisa que comprei para dar de presente para alguém” (Entrevista 01). “Já comprei algumas coisas inúteis pela internet que não funcionaram, depois joguei fora e não me lembro mais” (Entrevista 03). “...alguma roupa ou brinquedo para os filhos. Já estou arrependido de ter comprado aquele celular, vou levar um ano pagando” (Entrevista 04). “Roupas eu tenho algumas” (Entrevista 06). “Muitas vezes comprei roupas que nunca usei porque estavam baratas, e acabei dando depois de muito tempo porque não usava” (Entrevista 10). “Comprei umas roupas pela internet e foi um desastre, nada serviu, tanto dificultaram para devolver que acabei doando”. (Entrevista 11). “São aquelas compras que se faz pela internet que quando chega não tem utilidade alguma” “Jogos online, roupas que não serviram, brinquedos para meu filho, que nunca brincou” (Entrevista 12) “Sim já, já comprei roupas que estavam baratas e que nunca usei. Também comprei para minha filha algumas roupas e ela não usou nunca porque cresceu e não serviam mais. São aquelas horas bobas que o preço está bom e a gente se atira e só faz bobagem” (Entrevista 17).</p> <p><b>Não lembra de ter desistido de alguma compra</b> “Não lembro de ter me arrependido” (Entrevista 07). “Não, eu nunca me arrependo do que faço até das compras, o segredo é pensar no que está fazendo para não se arrepender” (Entrevista 09). “Eu não” (Entrevista 13). “Não, eu sempre penso antes de comprar para não me arrepender. (Entrevista 14) “Que eu me lembre não, também eu não compro nada, sempre quem compra é minha mulher” (Entrevista 15). “Não me lembro” (Entrevista 19) “Não me lembro de ter me arrependido de fazer uma compra” (Entrevista 21).</p> <p><b>Motivos que levam a desistência de uma compra (nível de importância, produtos avariados, preço e utilidade, disponibilidade financeira)</b> “Já desisti sim, depois que comecei a pensar no quanto era caro, e que poderia ficar sem” (Entrevista 02). “Desistir de uma compra..., eu acho que sim, falta dinheiro e a gente deixa para lá” (Entrevista 03) “Às vezes penso em comprar alguma coisa e depois eu desisto quando surge outra mais importante” (Entrevista 03). “Sim claro que sim, quando me venderam uma serra de corte que não funcionou, fui lá e devolvi” (Entrevista 05). “Antes eu comprava e não ligava, agora eu penso muito nas crianças e na minha esposa não quero que passem trabalho” (Entrevista 06). “Hoje não mais, no passado eu comprava sem pensar principalmente roupa, mas agora que temos as crianças não podemos cometer esse tipo de erro” (Entrevista 08).</p>

(continua pág.328)

(continuação pág. 327)

<b>Código 19: Critérios que orientam a decisão de compra de itens de consumo</b>
<b>Significado do Código:</b> Relaciona os critérios que orientam a decisão de aquisição de itens de consumo, representa a base que justifica a tomada de decisão de adquirir ou não um determinado item de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>
<b>Baseada na necessidade e limitada pelos recursos financeiros disponível, utilidade</b> <i>“Eu me preocupo em comprar o que preciso, se tivesse dinheiro compraria um pouco mais” (Entrevista 01).</i> <i>“Sempre penso se realmente preciso daquilo que estou comprando, muitas vezes acabei desistindo de uma compra porque me dei conta de que não precisava, e aí desisti” (Entrevista 08).</i> <i>“Eu pouco compro, quando compro é porque preciso daquilo (Entrevista 09).</i> <i>Só compro o que é urgente mesmo, não dá para comprar tudo o que a gente quer e precisa” (Entrevista 11).</i>
<b>Baseada na preocupação em conseguir pagar, e no quanto terá que trabalhar para obter o recurso financeiro</b> <i>“Se não tenho como pagar, procuro não comprar, eu acho que sempre penso se vou conseguir pagar antes de comprar” (Entrevista 01).</i> <i>“Penso sim, penso em se posso ou não pagar. É difícil mesmo, às vezes as crianças pedem coisas, e eu não tenho como pagar” (Entrevista 04).</i> <i>“Quando eu compro alguma coisa eu penso que tenho que arranjar um trabalho para não ficar parado e ter dinheiro para pagar” (Entrevista 05).</i> <i>“Enquanto vou ter que trabalhar para pagar” (Entrevista 06).</i> <i>“O que eu posso pagar, sempre penso nisso se não posso pagar não é para mim” (Entrevista 07).</i> <i>“Quando tenho dinheiro compro logo, porque o dinheiro não fica muito tempo em casa” (Entrevista 13).</i> <i>“Eu compro pensando em como vou pagar” (Entrevista 16).</i> <i>“O limite é o pagamento, se posso comprar compro, se posso pagar compro mesmo, a gente não leva muito da vida, depois é correr para pagar o prejuízo” (Entrevista 17).</i> <i>“... sempre penso no valor da compra antes de comprar” (Entrevista 21).</i>
<b>Procura não pensar a respeito</b> <i>“Se pensar não compro, então procuro não pensar muito a respeito disso, faço uma lista e compro o que preciso e pronto” (Entrevista 12).</i> <i>“Muitas vezes eu não penso, porque se pensar fico louca, compro quando tenho dinheiro e pronto” (Entrevista 10).</i>
<b>Baseada na decisão previa do que vai ser comprado</b> <i>“Eu na maioria das vezes quando saio para fazer compras sei o que quero, e assim já vou certo no lugar comprar. E agora com a internet, faço até pesquisa para saber o preço do que quero” (Entrevista 02).</i>
<b>Compra porque viu</b> <i>“... as vezes compro porque vi e acho que gosto...” (Entrevista 03).</i>
<b>Compra porque pedem (terceiros)</b> <i>“... as vezes compro. Porque me pedem para comprar” (Entrevista 03).</i>

(continua pág. 329)

(continuação pág. 328)

<b>Código 20:</b> Controlo de gastos financeiros realizados com a aquisição de itens de consumo
<b>Significado do Código:</b> Identificar a existência de sistemas de controlo de gastos financeiros realizados com a aquisição de itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>a) Sabe da importância de utilizar um tipo de controle, porém por falta de tempo não adota nenhum tipo de controle.</b> <i>“Eu acho que é importante, mas falta tempo para isso. A gente vai pagando e pronto” (Entrevista 01).</i> <i>“Infelizmente não faço, se eu me perguntar o quanto foi gasto com ração nesse ano eu não sei, como também não sei o quanto eu gastei com o supermercado, teria de fazer uma soma das faturas do cartão que eu guardo para comprovar que estão pagas” (Entrevista 02).</i> <i>“Não, eu nunca fiz isso, quando tiver tempo eu vou fazer e aí posso-te dizer, sei que é importante, mas até agora não fiz” (Entrevista 02).</i>  <b>b) Não tem controle de gastos, controla as dívidas.</b> <i>” Sei o quanto devo, e quando vai entrando dinheiro vou pagando” (Entrevista 01).</i> <i>“Se sabe o quanto se tem para pagar somando as notas de compra e a fatura do cartão. Mas controle de gastos não temos não” (Entrevista 03).</i> <i>“Eu sei o quanto devo, eu nunca me esqueço” (Entrevista 04).</i> <i>“Não tenho nenhum controle. Só sabemos das contas que temos para pagar” (Entrevista 06).</i> <i>“Eu anoto tudo o que tenho para pagar” (Entrevista 10).</i> <i>“Eu anoto tudo o que tenho que pagar, esse é o meu controle, registo em uma planilha no celular” (Entrevista 17).</i>  <b>c) Não tem controle do gasto compra em função da disponibilize financeira</b> <i>“Não, o controle é o dinheiro que é escasso” (Entrevista 16).</i> <i>“Não, vamos comprando à medida que tem dinheiro” (Entrevista 18).</i>  <b>d) Não quer pensar a respeito de controlo de gasto</b> <i>“Não, se pensar a gente enlouquece, então não é bom mexer nisso” (Resposta 05).</i> <i>“Não, nem quero saber” (Entrevista 05).</i> <i>“Não, nunca fizemos” (Entrevista 09).</i> <i>“Eu não gasto, eu pago, quem gasta é minha mulher, eu sou quem paga. Ela sabe quanto tenho para pagar, todo dia, me diz o que tem de contas” (Resposta 15).</i>  <b>e) Existência de controlo</b> <i>“Temos, a gente anota todos os gastos e no final da semana nos divertimos fazendo nossa análise de gastos (Entrevista 08).</i> <i>“Muito, depois que começamos a anotar nossos gastos passamos a pensar diferente em termos de gastos. Hoje só compramos o que precisamos (Entrevista 08).</i> <i>“Sei, é só olhar nosso caderninho” (Entrevista 08).</i> <i>“Eu anoto tudo, sei o quanto gasto com a casa e com o negócio. Aprendi em um curso que fiz, e já faz algum tempo que aqui é tudo anotado” (Entrevista 11).</i> <i>“Claro que sim, lá em casa tudo o que se compra tem anotação e hoje meu guri anota no computador”.</i> <i>“Peço para ele e ele me dá direitinho quanto compramos com cada comida, produtos para feira e até com remédios” (Entrevista 14).</i>  <b>f) Compra e vai pagando, não tem controlo do gasto e das dívidas</b> <i>“...eu vou comprando conforme necessito, não sei onde gastei, sei que compro apenas o que preciso, e depois vou atrás de fazer o pagamento” (Entrevista 01)</i> <i>“A gente compra e quando não consegue pagar, tem que correr atrás” (Entrevista 04).</i> <i>“Sei que cada mês pago mais e mais. Todo o mês tem gasto novo, quem tem criança é assim” (Entrevista 05).</i> <i>“Se buscar na fatura do cartão dá para somar, de cabeça não sei não” (Entrevista 07).</i> <i>... só sei que todo o mês o gasto é maior” (Entrevista 09).</i> <i>Sei que usei todo o dinheiro que ganhei, não sei precisar quanto gastei (Entrevista 10).</i> <i>“O que deu para comprar com o que ganhei no meu negócio, quase nada, minha filha” (Entrevista 13).</i>

(continua pág. 330)

(continuação pág. 329)

**Extrato das Entrevistas (código 20):**

**g) Objeto de gasto**

“Acho que comida, e só” (Entrevista 15).

“Comida é só, há muito tempo que não compro nada além de comida, não entro em uma loja para comprar roupas há muito tempo” (Entrevista 16).

“Sei que foi comida” (Entrevista 21).

**h) Acha que não é importante saber o destino dos seus recursos porque ficaria triste em saber que ganha pouco**

“Não vejo muito sentido, se comprou tem que pagar, é sofrer duas vezes” (Entrevista 09).

“Para quem quiser fazer o controle eu acho importante, eu não quero fazer porque não quero saber a onde foi o meu dinheiro, isso só ia-me deixar triste” (Entrevista 12).

“Para que? Eu mal sei ler, e o dinheiro não dá para todos os gastos, é sempre correndo atrás para conseguir pagar as contas da água e da luz” (Entrevista 13).

“É importante sim, saber quanto gastou, mas também não é tão bom saber que o que se ganha não vai dar para pagar tudo o que se deve” (Entrevista 17).

**i) Acha importante registrar o gasto e tem controle do seu gasto**

“Para mim é importante, porque se não faço isso me perco e não sei nem que preço cobrar pelos meus salgados e doces” (Entrevista 11).

“Eu acho importante anotar todas as contas para não se perder e pagar juros” (Entrevista 10)

“Eu acho que sim, aí a gente sabe aonde está indo o nosso dinheiro” (Entrevista 14).

“Eu acho que sim, assim a gente não se perde do quanto tem para pagar” (Entrevista 15).

**j) Não conseguiria fazer o registro do gasto do seu consumo porque não se acha capacitado para isso.**

“É né, eu mal sei ler acho que não vou conseguir fazer isso” (Entrevista 16).

“Eu acho, “... sou muito distraída para isso” (Entrevista 18).

**Código 21: Responsabilidade pela aquisição dos itens de consumo**

**Significado do Código:** Identificar se existe uma responsabilidade sobre aquisições de itens de consumo nas famílias dos entrevistados.

**Extrato das Entrevistas:**

**Sobre a responsabilidade de fazer as compras e os pagamentos**

“Eu compro, meu filho também, toda a vez que precisamos compramos. E a minha mulher é quem controla os pagamentos” (Entrevista 01).

“...eu faço os pagamentos, sou eu quem faz as contas. Tanto o meu marido, como o meu filho não se envolvem com a correria de ir até o banco, e fazer os pagamentos. Sempre gostei de organizar os papéis, e se não fosse eu seria uma bagunça total, esses só sabem gastar, e depois sou eu a me virar para fazer os pagamentos” (Entrevista 02).

“Somos uma família então conversamos sobre o que cada um faz, o mesmo acontece com as compras. Normalmente compramos tudo no cartão, e a minha mãe faz o pagamento” (Entrevista 03).

“Quem paga sou eu que trabalho. A gente compra quando tem dinheiro e paga. Sempre deixo algum dinheiro com a minha mulher para ela gastar com o que precisa. Não é muito, mas quando se tem filhos, crianças sempre tem o que gastar” (Entrevista 04).

“A minha mulher compra, eu compro e vamos indo, no final do mês quando chega a fatura do cartão eu pago” (Entrevista 05).

“Eu e minha companheira compramos de comum acordo e vamos tentar equilibrar as contas” (Entrevista 06).

“Eu nunca compro, quem compra quando se tem dinheiro é a minha mulher” (Entrevista 09).

“Quem compra é minha mulher...” (Entrevista 15).

(continua pág. 331)

(continuação pág. 330)

<b>Código 22: Prática de Ações de Solidariedade</b>
<b>Explicação do Conceito:</b> Compreende as ações de solidariedade praticadas pelos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Sempre que a gente pode a gente ajuda, com o telefone celular, um vizinho avisa o outro quando vai a agropecuária, e às vezes um traz ração para o outro. Isso é normal aqui, da mesma forma que faço, alguém faz para mim” (Entrevista 01).</i> <i>“Aqui a gente sempre compra para alguém quando vai na cidade a gente avisa, sempre foi assim e traz as encomendas” (Entrevista 02).</i> <i>“Aqui onde vivemos, é normal avisar os vizinhos que vamos à cidade fazer compras. E quando alguém vai, compra para o outro, nos comunicamos sempre” (Entrevista 03).</i> <i>“Cuidamos de nossas mães e avós. Eu e minha mulher fizemos as compras para elas, se não cuidarmos de nossa família, quem é que cuida. Vou à farmácia, ao centro de saúde para elas, quando não posso a mulher vai” (Entrevista 04).</i> <i>“A minha mulher compra às vezes para uma vizinha que já está idosa e pede para ela fazer compras” (Entrevista 05).</i> <i>“Sim, como entregador sou chamado para fazer compras praticamente todo o dia” (Entrevista 08).</i> <i>“...minha mulher e filhos fazem para os velhos da família que não podem sair de casa” (Entrevista 09).</i> <i>“...faço compras para alguns vizinhos e para uma cliente que é cadeirante, eu vou na casa dela ajudar no banho” (Entrevista 10).</i> <i>“...estou ajudando uma família com alimentos todo o mês, estão desempregados, é o que posso fazer” (Entrevista 11).</i> <i>“Compro para os meus pais” (Entrevista 12).</i> <i>“Sim, compramos para meus pais e sogros tudo o que eles querem para que eles não saiam de casa” (Entrevista 14).</i> <i>“Sim, eu compro para minha tia e para uma vizinha que tem muito medo de sair de casa pela pandemia” (Entrevista 17).</i> <i>“Eu compro para os meus pais” (Entrevista 19).</i>
<b>Código 23: Ajudas solidárias recebidas</b>
<b>Significado do código:</b> Identifica o tipo de ajuda solidária do qual o entrevistado foi beneficiário.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“E quando falta dinheiro eu me socorro com um amigo, que a muitos anos me socorre, depois vendo uma vaca e pago ele” (Entrevista 01).</i> <i>“Difícil mesmo começar um novo trabalho, só consegui com a ajuda de amigos que me ofereceram essa oportunidade” (Entrevista 06).</i> <i>“Se não fosse as ajudas que estamos recebendo, de mantimentos não teríamos como sobreviver”. (Entrevista 13).</i> <i>“Nos primeiros meses foi bem difícil, foi dias bem tristes, sem dinheiro e sem trabalho, começou a faltar comida na mesa. Vendi umas coisas que tinha que dava para vender e fui levando, recebi ajuda de amigos e familiares, ganhei uma cesta básica da prefeitura e da igreja” (Entrevista 16).</i> <i>“Faltou dinheiro para o básico lá em casa, se não fosse a ajuda dos meus pais eu não teria como conseguir sustentar a minha casa. Meus pais são aposentados e me ajudam muito, se não fosse eles eu não sei o que seria da minha vida” (Entrevista 17).</i> <i>“Fiquei sem trabalho e conseqüentemente sem dinheiro para ajudar em casa, se não fosse o meu marido trabalhando eu estaria passando fome”. “...não tenho vergonha de dizer estou vivendo de ajuda da minha família que está nos ajudando todo o mês para conseguirmos vencer as despesas do aluguel” (Entrevista 18).</i> <i>“Para pagar a pensão de meu filho tenho que pedir ajuda de meus pais, senão vou preso por não pagar a pensão” “...nem para pagar a conta da internet eu tenho dinheiro” (Entrevista 19).</i> <i>“Com ajuda dos outros, vizinho, parênteses, associações que estão dando assistência com sextas básicas e alimentos, toda a semana pego quentinha na associação do bairro” “..., mas agora estou vivendo às custas dos outros. Tem dias que não tenho nem para a comida” (Entrevista 20).</i> <i>“Hoje não passo fome porque a minha esposa é professora de inglês e garante o sustento da casa” (Entrevista 21).</i>

(continua pág. 332)

(continuação pág. 331)

<b>Código 24:</b> Rede de amizades
<b>Significado do código:</b> Relata a existência de uma rede de amizade que motivou a execução da atividade geradora de renda
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>Sobre a rede de amizade que motivou o surgimento da atividade.</b> <i>“Foi assim, eu conserto coisas a muito tempo, aprendi desde pequeno a consertar coisas. E então um amigo me pediu para fazer um armário e me pagou pelo trabalho, um outro viu e pediu para consertar um telhado e lá fui eu. Quando vi já estava com serviço a semana toda, e um avisa o outro, recebes pedido para fazer serviço e aí vai. Eu sempre trabalhei bem com madeira” (Entrevista 07).</i> <i>“Então fiquei sem emprego, e um amigo me chamou para fazer entregas na pizzaria dele, ele precisava de alguém de confiança, e lá fui eu” (Entrevista 08).</i> <i>“Uma cliente me fez a proposta de cuidar dos curativos de sua mãe, e eu resolvi tentar, e foi assim que começou. Uma pessoa que se cuida indica, e um amigo dela, nos procura, e vamos vivendo” (Entrevista 10).</i> <i>“As coisas não estavam fáceis aqui em casa, então eu não podia trabalhar por causa das crianças, e como gosto da cozinha e sei fazer coisas, comecei a fazer umas delícias e a dizer a amigos que iria vender, quando vi já estava trabalhando e aceitando encomendas” (Entrevista 11).</i> <i>“... fiz um bom trabalho e foram me indicando, uma patroa indica para uma amiga, e assim vai. Quando se faz direitinho o trabalho e se é de confiança o serviço aparece (Entrevista 16).</i> <i>“Sempre gostei de fazer unhas. Então um dia uma amiga me pediu para fazer as dela e me pagou, e me disse que passaria a me pagar para isso. Aos poucos fui ganhando confiança no meu serviço, veio uma cliente, e outra falou para outra e assim foi indo...” (Entrevista 17).</i>
<b>Código 25:</b> Benefícios recebidos com a prática de ajuda solidária
<b>Significado do código:</b> Relata benefícios recebidos com a prática de ajudas solidárias.
<i>“Eu até ganho uns trocos fazendo compras para umas senhoras que não podem sair de casa, também não sabem usar esses aplicativos de compras. A gente (eu e minha companheira) cuidamos delas, sempre que precisam de alguma coisa nos chamam” (Entrevista 06).</i> <i>“Eu compro para minha irmã que é doente e não pode sair de casa, ela me ajuda bastante também sempre me dá alguma coisa para minhas crianças” (Entrevista 16).</i>
<b>Código 26:</b> Ações praticadas de preservação ambiental
<b>Significado do Código:</b> Contempla as ações de proteção ao meio ambiente que fazem parte do cotidiano dos sujeitos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>Não utiliza produto químico</b> <i>“Claro que sim, eu procuro sempre não utilizar produtos químicos” (Entrevista 01)</i>  <b>Aproveitamento do lixo orgânico e reciclagem, aproveitamento de embalagens</b> <i>“Eu sempre separo o lixo e entrego para a reciclagem. Eu uso o meu lixo que pode ser colocado como adubo na minha horta, tenho uma compostagem que aprendi a fazer em um curso que fiz na cooperativa” (Entrevista 01).</i> <i>“Aqui a gente aproveita tudo, quase tudo vira adubo, e se usa tudo o que é embalagem que dê para aproveitar tem serventia, pouca coisa se joga no lixo” (Entrevista 02).</i>  <b>Uso de sacolas reutilizável</b> <i>“Eu acho que sim, todos nós nos preocupamos e queremos defender o meio ambiente. Me lembrei que tenho usado sacolas de pano quando vou para a cidade” (Entrevista 02).</i>

(continua pág. 333)

(

continuação pág. 332)

**Extrato das Entrevistas (continuação):**

**Descarte do lixo em local apropriado**

*“Eu não jogo lixo na rua, e sempre recolho o lixo dos outros quando vejo” (Entrevista 02).*

*“Claro que eu me preocupo, eu não largo lixo na rua e repreendo meus filhos” (Entrevista 04).*

**Plantação de árvores**

*“Eu acho que todos nós de alguma forma visamos a prevenção ambiental, eu planto árvores, aquelas árvores da entrada fui eu que plantei” (Entrevista 03).*

**Busca por produtos que não agridam o meio ambiente**

*“Me preocupo como qualquer pessoa que quando pode, não compra um produto que pode agredir o meio ambiente. Digo quando pode porque os produtos tidos como não agressivos ao meio ambiente são muito mais caros e não são acessíveis a todos” (Entrevista 03).*

**Pensa que não pode fazer muita coisa**

*“Eu me preocupo sim, acho que todos se preocupam, pena que a gente não pode fazer muita coisa” (Entrevista 05).*

**Não identifica uma ação específica de prática de defesa do meio ambiente**

*“Claro que sim. Veja o que estou fazendo cuidando dos jardins” (Entrevista 05).*

*“Todos se preocupam” (Entrevista 07).*

*“Sim, eu procuro ser” (Entrevista 08).*

*“Acho que sim” (Entrevista 09).*

*“Sim eu me preocupo” (Entrevista 10).*

*“Acho que sim” (Entrevista 11).*

*“Eu sou sim” (Entrevista 12).*

*“Eu e todo o mundo nos preocupamos com o meio ambiente” (Entrevista 13).*

*“Sou sim” (Entrevista 14).*

*“Claro que sim” (Entrevista 15).*

*“Eu me preocupo sim, não queria ver tanta poluição e sujeira nas ruas” (Entrevista 16).*

*“Eu acho que sou” (Entrevista 17).*

*“Sou, sim” (Entrevista 18).*

*“Eu sou sim, eu acho que todos deveriam se preocupar em defender o meio ambiente”. (Entrevista 19).*

*“Sim sou” (Entrevista 21).*

**Código 27:** Percepção sobre ações que qualquer pessoa pode fazer para proteger o planeta.

**Significado do Código:** Percepção pessoal dos entrevistados sobre ações que podem ser empreendidas por qualquer pessoa para proteger o planeta.

**Extrato das Entrevistas:**

**Separar o lixo reciclável**

*“Separar o seu lixo, hoje tem lugar para levar o lixo reciclável” (Entrevista 01).*

*“Reciclar o lixo” (Entrevista 10).*

*“Reciclar o seu lixo” (Entrevista 18).*

**Cuidar uns dos outros**

*“Cuidar uns dos outros” (Entrevista 01).*

**Aproveitar mais os itens adquiridos e cuidar do lixo**

*“Cuidar de seu lixo, aproveitar mais as coisas antes de descartar” (Entrevista 21)*

(continua pág. 334)

(continuação pág. 333)

**Extrato das Entrevistas (continuação):**

**Utilização de sacola de pano e lixo reciclável**

*“Usar sacola de pano, desligar as luzes quando não está usando, entregar o lixo reciclável para que possa ser reciclado” (Entrevista 02)*

*“Separar o lixo e usar sacola descartável” (Entrevista 07).*

*“Começar a pensar que pequenas atitudes podem fazer a diferença, qualquer pessoa pode usar uma sacola reciclável, reciclar o seu lixo” (Entrevista 08).*

**Sacola descartável**

*“Andar com sacolas descartáveis” (Entrevista 17).*

**Plantar árvores**

*“Planto árvores, procuro economizar energia” (Entrevista 03).*

**Descarte de lixo em local apropriado**

*“Não jogar lixo na rua” (Entrevista 04).*

*“Descartar seu lixo em lugar apropriado” (Entrevista 06)*

*“Eu na minha humildade sempre vejo alguma coisa nos lixos e se tiver utilidade pego, estou ajudando não?” (Entrevista 13).*

*“Não colocar lixo nas ruas, é tão feio isso” (Entrevista 16).*

**Não colocar fogo em lixos**

*“Não colocar fogo nos lixos, isso é muito feio e causa poluição” (Entrevista 14).*

**Fazer caminhadas e utilizar bicicleta para deslocamento em locais próximos**

*“Andar mais a pé e de bicicleta. Eu quando trabalho perto vou de bicicleta para o trabalho”. (Entrevista 05).*

**Economizar energia e água, andar a pé e de bicicleta**

*“Economizar água e luz, andar mais a pé e de bicicleta” (Entrevista 09).*

**Economizar água e energia**

*“...economizar energia e água” (Entrevista 11).*

*“Cuidar da água e não desperdiçar luz” (Entrevista 15).*

**Buscar consumir produtos orgânicos**

*“Busco consumir produtos orgânicos, mas não abro mão da carne” (Entrevista 12).*

*“Comprar produtos orgânicos” (Entrevista 19).*

**Código 28:** Percepção de ações que qualquer pessoa pode praticar para mudar suas atitudes de consumo.

**Significado do Código:** Relaciona as ações práticas que qualquer pessoa pode fazer para mudar suas atitudes de consumo

**Extrato das Entrevistas:**

**Comprar o que realmente precisa**

*“Comprar o que realmente precisa” (Entrevista 01).*

*“Que pensem em comprar apenas o que precisam, que não aceitem essas propagandas de que a roupa faz a diferença, porque acabam se endividando” (Entrevista 03).*

*“Ser responsável por suas contas e não comprar tudo aquilo que vê” (Entrevista 05).*

*“Comprar aquilo que precisa e vai usar, se preocupar com os que não tem e não ostentar porque tem muita gente precisando, se tem dinheiro extra vai ajudar os outros ao invés de sair por aí comprando o que não vai usar” (Entrevista 10)*

*“Comprar o que precisam e não tudo aquilo que veem” (Entrevista 19).*

(continua pág. 335)

**Extrato das Entrevistas (continuação):**

**Pesquisar de preços e comprar apenas o que precisa**

*“Tenha cuidado às vezes você pode se endividar por causa de uma coisa que nem precisava. Então procure bastante antes de comprar, para não se arrepender depois” (Entrevista 02).*

**Economizar energia**

*“Economizar energia desligando aparelhos da corrente quando não está usando” (Entrevista 03).*

**Pensar o pagamento do consumo**

*“Eu diria, não compre mais do que você pode pagar porque as dívidas tiram o sono de qualquer um” (Entrevista 01)*

*“Que consumir é coisa de se pensar porque para pagar é difícil e comprar é tão fácil” (Entrevista 04)*

*“Consumir é bom, mas não esquece que vais ter que pagar, criatura” (Entrevista 05).*

*“Cuidado com o que consome pode ser que tenha problemas e tenha que trabalhar muito para conseguir pagar” (Entrevista 06)*

*“Pensar em pagar antes de comprar, que tu achas disso?” (Entrevista 07).*

*“Só comprar aquilo que pode pagar, eu acho isso” (Entrevista 14).*

*“Parar de comprar feito loucos e pensar que depois tem que pagar o que comprou” (Entrevista 15).*

*“Sei lá, acho que consumir é bom, mas que tem que ter dinheiro para fazer compras e não ficar sem dormir porque não tem como pagar” (Entrevista 16)*

*“Pensar um pouco mais porque tudo é tão caro” (Entrevista 17).*

**Comprar o necessário e desenvolver habilidades de aprender a fazer algo.**

*“Comprar só aquilo que precisar e aprender a cozinhar” (Entrevista 06).*

**Pensar o consumo e buscar novas possibilidades de mudança de atitude**

*“Acho que aos poucos qualquer pessoa pode ir aprendendo a deixar velhos hábitos como o consumo de carne, e ir se abrindo para novas possibilidades” (Entrevista 08)*

*“Pensar em consumir produtos orgânicos, comprar coisas úteis, evitar o desperdício” (Entrevista 12).*

*“Pensar nos outros e ajudar a quem precisa” (Entrevista 13).*

*“Evitar comer carne vermelha já ajudaria, buscar consumir produtos orgânicos também seria uma boa ideia” (Entrevista 21).*

**Reduzir as compras**

*“Pensar antes de sair comprando, se preocupar em não comprar” (Entrevista 09).*

**Controlar o gasto**

*“Anotar todo o seu gasto e ver onde está gastando” (Entrevista 11).*

**. Fazer uma economia para tempos difíceis**

*“Fazer uma economia para tempos difíceis, se eu tivesse feito não estaria nessa situação” (Entrevista 03).*

(continuação pág. 335)

**Código 29:** Percepção sobre o nível de qualidade de vida

**Significado do Código:** Identifica o sentimento do entrevistado sobre o seu o nível de qualidade de vida

**Extrato das Entrevistas:**

**- Se percebe como uma pessoa com uma boa qualidade de vida**

*“Eu faço o que gosto e que sei fazer, às vezes penso em parar de tirar leite, mas aí vejo que só sei fazer isso. Sou feliz na minha propriedade, sou o dono do meu negócio” (Entrevista 01)*

*“Aqui fora tudo é muito bom, tem ar puro, todos os que vem aqui gostam de ficar aqui. Eu gosto de viver aqui, vivemos bem, não falta nada” (Entrevista 02)*

*“Eu acho que sim, sou feliz com minha namorada e amigos, a minha família é tranquila” (Entrevista 03)*

*“Eu graças a Deus não sou doente, sou sim feliz, tenho meus filhos, minha mulher e tiro sustento da minha família da pesca. Tenho amigos, sim eu sou feliz” (Entrevista 04).*

*“Eu tenho sim” (Entrevista 05).*

*“...eu sou uma pessoa feliz” (Entrevista 06).*

*“A gente tenta, eu tenho saúde e uma família e o resto é só ir andando que no final tem que dar certo” (Entrevista 07).*

*“Eu procuro ter uma boa qualidade de vida, faço exercícios físico, como bem e durmo bem. Vivemos bem eu e minha família” (Entrevista 08).*

*“Eu acho que sim, faço o que gosto de fazer e sou dono da minha vida” (Entrevista 09).*

*“Eu acho que sim, se tivesse dinheiro faria mais coisas, mas vivo bem com o que tenho” (Entrevista 10).*

*“Acho que sim, sou uma pessoa bem feliz com o que tenho e faço” (Entrevista 11).*

*“Sim, eu tenho uma boa qualidade de vida, não estou passando fome, tenho amigos, sou saudável. Tenho sim uma boa qualidade de vida” (Entrevista 12).*

*“Acho que sim, eu sou uma pessoa feliz, não reclamo da vida, enquanto tiver saúde não tem problema a gente luta” (Entrevista 13).*

*“A gente trabalha para isso para não faltar nada em casa” (Entrevista 14).*

*“Tenho sim, sou uma pessoa de bem com a vida” (Entrevista 15).*

*“Acho que eu tenho, tenho saúde e sou uma pessoa de bem com a vida” (Entrevista 16).*

*“Eu tenho qualidade de vida dentro dos meus limites, sou uma pessoa de bem comigo mesmo” (Entrevista 17).*

*“Eu acho que sim” (Entrevista 18).*

*“Eu tenho, só me falta dinheiro para fazer as coisas que quero” (Entrevista 19).*

*“Sim temos, nos preocupamos muito com nossa qualidade de vida, sou preparador físico e sei que é preciso encontrar maneiras de não deixar os problemas nos derrotarem” (Entrevista 21).*

**Acha que não tem uma boa qualidade de vida**

*“Já tive agora não tenho mais, falta tudo, quando a gente depende dos outros e não tem emprego, perde um pouco da dignidade, estou entrando em depressão, não sei mais o que fazer” (Entrevista 20).*

(continua pág. 337)

(continuação pág. 336)

<b>Código 30:</b> Atividades de lazer praticadas
<b>Significado do Código:</b> Relaciona as atividades de lazer que os entrevistados praticam em seu tempo livre.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>
<b>Estar com amigos e receber amigos.</b> <i>“Férias, não existe para quem trabalha na terra, eu gosto de estar com meus amigos e, também gosto de receber eles aqui na minha propriedade, isso sim, eu gosto” (Entrevista 01).</i>
<b>Festas familiares e de amigos ante da pandemia</b> <i>“Eu antes da pandemia, ia sempre às festas de aniversário da família, fazia festa aqui em casa toda vez que um estava de aniversário, mas agora a gente tem que se contentar e ficar em casa” (Entrevista 02)</i> <i>“A gente sai uns dias todo ano, duas vezes por ano vamos para a casa que eu nasci fica na cidade de Canguçu, lá a gente se reúne com todos os amigos e familiares, e ajuda na agricultura, são todos plantadores e quando tem gente para trabalhar eles aproveitam. Para nós é uma festa encontrar e poder ajudar os nossos” (Entrevista 14).</i>
<b>Finais de semana antes da pandemia</b> <i>“Antes da pandemia eu saía com amigos para pescar, para uma festa, mas sempre foi coisa de final de semana”. (Entrevista 03).</i>
<b>Futebol com amigos antes da pandemia</b> <i>“Ia jogar futebol quando não tinha a Covid-19, agora é ficar em casa e só. Férias isso eu não sei o que é. (Entrevista 04).</i>
<b>Final do ano reuniões familiares</b> <i>“No final do ano sempre vou para a casa dos meus avós no interior do estado passar o Natal e o Ano Novo (Entrevista 05).</i>
<b>Não tira férias</b> <i>“Já tirei, agora só trabalho e fico em casa” (Entrevista 06).</i>
<b>Futebol, pescar e sair para dançar antes da pandemia</b> <i>“Férias, claro que não, eu jogava um futebol, ia pescar, as vezes saímos para danças, mas agora nem isso pode” (Entrevista 07)</i> <i>Um futebolzinho com os amigos é bom, mas agora não pode, né? Entrevista 15</i>
<b>Não tira férias tem muito trabalho para fazer.</b> <i>“Agora não, nesse momento tem muito trabalho para quem trabalha com entregas. Mas já tirei férias antes das crianças nascerem, agora não podemos porque nos falta dinheiro para isso” (Entrevista 08).</i>
<b>Pescar com amigos antes da pandemia</b> <i>“Férias para mim é ir pescar com amigos, mas depois da pandemia não fomos mais” (Entrevista 09).</i>
<b>Sair para dançar</b> <i>“Nunca tirei férias, eu gosto de sair para dançar, mas agora não pode, né?” (Entrevista 10).</i>
<b>Ir à Igreja</b> <i>“Vou à igreja, férias a muitos anos que não tenho” (Entrevista 11)</i> <i>“Nem sei o que é essa palavra férias, eu vou muito é na igreja, eles nos ajudam bastante com alimentos e roupas” (Entrevista 13).</i>

(continua pág. 338)

(continuação pág. 337)

**Extrato das Entrevistas (continuação):**

***Sempre que pode sair de férias, falta de dinheiro***

*“Sempre que posso tiro férias, gosto muito de viajar, me falta dinheiro para curtir mais a vida” (Entrevista 12).*

***Ir à Igreja e gosta de dançar antes da pandemia***

*“Férias não é para mim, eu vou na igreja e gosto de ir dançar, mas nessa pandemia não pode mais” (Entrevista 16)*

***Festas antes da pandemia***

*“Eu quando posso eu saio para festa, mas isso era antes da Covid-19” (Entrevista 17).*

***vive uma atividade profissional prazerosa***

*“Eu sou cantora então tenho prazer com a música, já tirei férias em outros tempos, nos últimos anos não” (Entrevista 18).*

***Jogos no computador***

*“Eu não tiro férias porque não tenho dinheiro para sair, o que faço é jogar um pouco no computador” (Entrevista 19).*

***Gosta do que faz como atividade profissional***

*“Eu gosto de fazer as minhas peças, isso me dá prazer, queres ver minhas peças?” (Entrevista 20)*

***Jogo de xadrez com amigos.***

*“Atualmente não tiro férias, gosto de jogar xadrez vez que outra com amigos. Porém, com a pandemia os encontros para o jogo foram suspensos até segunda ordem” (Entrevista 21).*

**Código 31: Problemas enfrentados na pandemia**

**Significado do Código:** Relata problemas enfrentados pelos entrevistados com o aumento de preços de itens de consumo.

**Extrato das Entrevistas:**

*“Claro que sim, muitos problemas, o maior foi a dificuldade de conseguir ração para os animais, subiu o preço de uma forma violenta” (Entrevista 01).*

*“O preço da ração para os bichos subiu uma barbaridade, e subiu as compras de comida no supermercado, a conta de luz também subiu” (Entrevista 02).*

*“Ficou mais difícil de trabalhar, aumento de preço de praticamente tudo” (Entrevista 03).*

*“Problemas tive com o aumento de preço da farinha, ovos, doces e tudo o que uso para fazer meus produtos” (Entrevista 11).*

*“Também dispararam os preços dos produtos de alimentos que a gente vende, subiu muito de preço, e aí a gente teve que aumentar também os nossos preços. Tudo ficou muito difícil nessa pandemia” (Entrevista 14).*

(continua pág. 339)

(continuação pág. 338)

<b>Código 32:</b> Redução no preço de produtos e serviços ofertados
<b>Significado do Código:</b> Relacionar os problemas vivenciados decorrentes da redução dos preços cobrados pelos produtos e serviços ofertados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Não está sendo fácil produzir leite, o preço do leite subiu para quem compra, para nós teve diminuição do valor pago pelo litro do leite. Está sendo um período muito difícil para os agricultores” (Entrevista 01).</i> <i>“Não posso me queixar, consegui trabalho direto e ainda tenho trabalho para fazer. O problema é a subida de preço da comida e da gasolina, e com tanta gente desempregada os clientes também não querem pagar o que pagavam pelos serviços. Tem muita gente fazendo de tudo para conseguir um trabalho, então sobe tudo e o preço do serviço da gente para não perder cliente tem que ser menor do que era. Não está fácil, é muita gente querendo o teu emprego” (Entrevista 05)</i> <i>“O preço dos combustíveis subiu uma barbaridade, e o preço da entrega pela concorrência caiu, então não está sendo um período fácil. A gente tem que economizar tudo o que pode porque tudo subiu e o valor dos fretes caiu” (Entrevista 09).</i> <i>“com essa pandemia muita gente ficou desempregada e tem que fazer alguma coisa, ..., mas está difícil porque tem muita gente concorrendo com a gente” (Entrevista 11)</i> <i>“... o preço do serviço diminuiu porque tem muita gente querendo trabalhar e aceita qualquer coisa e qualquer preço. A gente se aventura e aceita a proposta de trabalho, mas vai trabalhar com muito medo, todo mundo quer fazer uma pintura, mas não querem pagar o preço justo pelo trabalho” (Entrevista 15).</i>
<b>Código 33:</b> Gastos decorrentes da necessidade de utilizar as redes sociais para atendimento dos clientes.
<b>Significado do Código:</b> Relata as dificuldades enfrentadas na utilização de equipamentos de informática e redes sociais.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“. tive que me adaptar a fazer pagamentos pelo computador e na época só tinha o computador do meu filho” (Entrevista 02).</i> <i>“Para vender nossa produção de legumes foi preciso buscar os clientes, que antes vinham até aqui, e assumir a entrega dos pedidos que passaram a fazer via whatsapp ou facebook, e com isso aumentou o nosso gasto com combustível” (Entrevista 03).</i> <i>“Tive que comprar um celular para meu guri para ele estudar. Agora tudo é pela internet. E aí gerou uma confusão, todos os outros dois querem celular. Eu não tenho como comprar, ainda não paguei o celular dele. Sei lá onde isso vai parar” (Entrevista 04).</i> <i>“Também tive que abrir uma página no facebook, e dar um jeito de fazer as entregas, porque ninguém quer vir pegar querem que entregue nas suas casas” (Entrevista 11).</i> <i>“A gente teve que começar a atender pedidos pelo facebook e pelo whatsapp, e entregar esses produtos” (Entrevista 14).</i>

(continua pág. 340)

(continuação pág. 339)

<b>Código 34:</b> Diminuição de Renda
<b>Significado do Código:</b> Destaca a diminuição de ofertas de trabalho e consequente diminuição dos rendimentos oriundos do trabalho executado.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“O comércio ficou mais fechado do que aberto, os shoppings também. As coisas subiram muito de preço. Eu quase não comprei coisas para casa e para mim” (Entrevista 02).</i> <i>“Ficou tudo fechado, eu sobrevivia com a venda de meus produtos para as pessoas que trabalhavam no comércio, de repente tudo ficou fechado. Saio às ruas todos os dias e às vezes volto sem vender nada, eu saio com todos os cuidados, tenho que sair porque preciso de dinheiro para poder comprar os mantimentos” (Entrevista 13).</i> <i>“Está difícil trabalhar, tem dias que tem ônibus outros não tem” (Entrevista 15)</i> <i>“Antes da pandemia eu fazia as minhas peças e as vendia em exposições de feiras. Estas feiras foram suspensas com a pandemia, tenho uma página da internet no facebook e instagram, mas as vendas são mínimas, tem meses que eu não vendo nada. Nas feiras as pessoas viam as obras e compravam, sempre tirava um bom dinheiro...” (Entrevista 20),</i> <i>“...com a pandemia as pessoas desistiram de fazer atividades físicas, fui perdendo os meus clientes” (Entrevista 21).</i>
<b>Código 35:</b> Perda de postos de trabalho.
<b>Significado do Código:</b> Relata a busca por trabalho vivenciada por trabalhadores que perderam seus postos de trabalho na Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“...continuo mandando currículo, um dia pode ser que consiga” (Entrevista 03)</i> <i>“Triste tudo fechado. Fechei meu restaurante era pequeno, mas era meu.” (Entrevista 07).</i> <i>“Primeiro foi o desemprego, e depois ter que enfrentar a busca por qualquer emprego possível... (Entrevista 08).</i> <i>“... tive que fechar meu salão de beleza” (Entrevista 10).</i> <i>“... não consigo emprego na minha área... (Entrevista 12).</i> <i>“Antes da pandemia eu ainda estava estudando e com a bolsa de mestrado me mantinha, terminei meu curso no início da pandemia, e não consegui emprego na minha área (Entrevista 11).</i> <i>“... hoje já estou trabalhando de novo, mas pouco ainda não estou trabalhando todos os dias, tem semana que consigo duas diárias, outras nenhuma e não passa de três diárias por semana” (Entrevista 16).</i> <i>“... fiquei sem emprego, ninguém queria fazer suas unhas com medo do vírus” (Entrevista 17).</i> <i>“E com a pandemia fiquei sem trabalho, não consegui nada para fazer, mandei muitos currículos e nada. Está muito difícil mesmo” (Entrevista 18),</i> <i>“Estou aceitando qualquer oferta, não tem trabalho algum, é muita gente buscando trabalho e como não tenho experiência em outra coisa que não seja cantar, tudo fica mais difícil” (Entrevista 18).</i> <i>“Estou sem trabalho desde que iniciou a pandemia, a mais de um ano, o bar-festa que trabalhava fechou as portas. Coloquei inúmeros currículos e não consegui nada, não tenho carro para trabalhar de motorista de aplicativos, não sei trabalhar na construção civil, e não aparece nada que eu possa fazer, estou desesperado” (Entrevista 19).</i> <i>“... estou disposto a qualquer coisa, não aparece nada... Nesse ano não consegui nada para fazer” (Entrevista 19).</i> <i>“... já enviei currículo para tudo o que é tipo de coisa e não consegui nada” (Entrevista 20).</i> <i>Tenho procurado emprego em vão, não consegui nada para fazer, as academias estão fechadas, eu não sei fazer nada além da minha profissão de educador físico” (Entrevista 21)</i>

(continua pág. 341)

(continuação pág. 340)

<b>Código 36:</b> Dificuldade de pagar dívidas
<b>Significado do Código:</b> Relaciona os problemas decorrentes da falta de recursos financeiros para saldar dívidas contratadas.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Eu tive problema com o aluguel, tivemos que negociar e graças a Deus conseguimos um valor menor com o locador” (Entrevista 06).</i> <i>“Atrasei pagamento do cartão de crédito, negocieei, entrei em empréstimos. Minha vida ficou de cabeça para baixo. Bati o carro e até hoje estou pagando o conserto” (Entrevista 07).</i> <i>“...por causa da pandemia tive que fechar o meu restaurante, e ainda sai com uma dívida de aluguel para pagar, fiz acordo com a minha funcionária e consegui pagar a rescisão dela. Fiquei com a dívida do aluguel, ainda não consegui terminar de pagar” (Entrevista 07).</i> <i>Não consegui pagar o aluguel e manter o meu negócio, com o confinamento o salão ficou sem autorização para funcionar” (Entrevista 10).</i>
<b>Código 37:</b> Aumento de pessoas núcleo familiar
<b>Significado do Código:</b> Discorre sobre o aumento de pessoas no núcleo familiar
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“A namorada do meu filho passa bastante tempo aqui, e com a pandemia vai pouco na casa dos seus pais, ela não trabalha fica estudando no computador dela” (Entrevista 01)</i> <i>“Entreguei o meu apartamento e voltei para a casa de meus pais, não tinha mais como pagar o aluguel” (Entrevista 12).</i> <i>“Estou desempregado e moro na casa de meus pais” (Entrevista 19).</i>
<b>Código 38:</b> Gasto com medicação e problemas de saúde
<b>Significado do Código:</b> Discorre sobre o gasto com medicação e problemas de saúde.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Entre em depressão, estou tomando remédios e gastando com médico. Quase que meu casamento termina, começou o desespero, atrasei conta de água, de luz e comecei a pensar só em coisas ruins dormia o dia inteiro, e a noite só pensava besteira. Não foi fácil” (Entrevista 07).</i> <i>“...todo o mês tem gastos com remédio” (Entrevista 16).</i>
<b>Código 39:</b> Exercício da atividade profissional com sentimento de medo e incertezas
<b>Significado do Código:</b> Relata o sentimento de medo, pânico e incertezas vivenciado pelos entrevistados na execução das suas atividades durante o período de pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Duro como sempre, com muito medo de pegar a doença, mas tem que ir e trabalhar porque senão vai faltar comida na mesa da casa da gente” (Entrevista 04)</i> <i>“Medo de morrer, medo de não conseguir dinheiro para comer, todos os medos que posso imaginar” (Entrevista 13).</i> <i>“As pessoas andam estressadas, tudo irrita, não está sendo fácil não” (Entrevista 15).</i> <i>“Tá difícil a gente tem muito medo de pegar essa doença, mas não pode ficar em casa, tem que ir atrás do dinheiro para pagar as contas e por comida na mesa” (Entrevista 15.)</i> <i>“Não está sendo fácil, primeiro não se sabe se amanhã vai se poder trabalhar, quem vai vir na feira. Tem época que pode fazer a feira, outras não pode” (Entrevista 14).</i>

(continua pág. 342)

(continuação pág. 341)

<b>Código 40:</b> Dificuldades em encontrar locais que fornecem alimentação
<b>Significado do Código:</b> Relacionar os problemas identificados pelos trabalhadores em conseguir local que comercializasse alimentação no período da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“... foi difícil encontrar comida, nos primeiros meses tudo estava fechado” (Entrevista 09).</i> <i>“É uma confusão tem dias que trabalhar com essa máscara é insuportável, tem casa que trabalhamos e não nos dão comida, e está tudo fechado, a gente acaba trabalhando com fome e só come quando chega em casa” (Entrevista 15).</i>
<b>Código 41:</b> Dificuldades em encontrar produtos de consumo
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a percepção dos entrevistados sobre as dificuldades de encontrar produtos que faziam parte do seu consumo durante o período da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Não, eu não tive nenhuma dificuldade, encontrei todas as coisas que fui buscar” (Entrevista 01).</i> <i>“Não que eu me lembre”. Entrevista 02</i> <i>Não. Entrevista 03.</i> <i>Que eu me lembre não (Entrevista 05)</i> <i>Não. Entrevista 07.</i> <i>“A gente que anda na rua, encontra praticamente de tudo” (Entrevista 08).</i>
<b>Código 42:</b> Necessidade de buscar trabalho de forma independente
<b>Significado do Código:</b> Assinala a necessidade de buscar trabalho de forma independente pelos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Também perdi o meu emprego, e não está fácil conseguir trabalho, o negócio foi cuidar de jardim” (Entrevista 06).</i> <i>“Triste tudo fechado. Fechei meu restaurante era pequeno, mas era meu. E agora virei consertador de tudo” (Entrevista 07).</i> <i>“Primeiro foi o desemprego, e depois ter que enfrentar a busca por qualquer emprego possível... (Entrevista 08).</i> <i>“A minha vida virou de cabeça para baixo, eu tive que trabalhar como cuidadora independente porque tive que fechar meu salão de beleza” (Entrevista 10).</i> <i>“... não consigo emprego na minha área, para me manter tive que buscar trabalho como motorista de aplicativo, o que consigo mal dá para pagar a pensão de meu filho (Entrevista 12).</i>
<b>Código 43:</b> Aumento da demanda pelo trabalho executado.
<b>Significado do Código:</b> Relata o aumento de demanda de serviços prestados durante a Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Ao mesmo tempo que tive problemas, também aumentou as minhas vendas porque as pessoas acho que estão em casa e tem vontade de comer salgados e doces, então aumentou minhas encomendas” (Entrevista 11).</i>

(continua pág. 343)

(continuação pág. 342)

<b>Código 44:</b> Atuação laboral no período de Isolamento Social
<b>Significado do Código:</b> Apresenta a rotina de trabalho dos trabalhadores independentes no contexto da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <b>Sobre a continuação do trabalho na atividade rural</b> <i>“Eu na minha propriedade tenho que trabalhar, faça sol ou faça chuva tem que cuidar das vacas. Para sair eu uso máscara, do mais nada mudou, na agricultura ou tu trabalhas bem, ou trabalha resmungando, não tem escolha, tem que trabalhar e pronto” (Entrevista 01</i> <i>“Não mudou muita coisa, aqui sempre tem trabalho para fazer quando se termina lá fora, começa aqui dentro de casa”. (Entrevista 02)</i> <i>“...aqui as coisas não param, eu trabalho da mesma forma que antes, tem dias que fico um pouco triste por causa de tudo o que estamos vivendo, dos amigos que perdemos. Procuo não pensar nessa desgraça de toda essa pandemia e continuo trabalhando”. “Aqui o serviço não para”. (Entrevista 03).</i>
<b>Código 45:</b> Estocagem de mantimentos
<b>Significado do Código:</b> Identifica a compra de itens de alimentos acima das necessidades imediatas de consumo.
<i>“...procurei ficar com estoque de mantimento em casa para não ser surpreendido com alta de preços, ou então sumiço dos produtos” Entrevista 01).</i>
<b>Código 46:</b> Diminuição de consumo de itens de presentes
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a diminuição de gasto com consumo de itens de presente para amigos e familiares.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“O que deixei de comprar foi presente para festas de aniversários, a gente agora não pode ir a nenhum lugar” (Entrevista 01).</i> <i>“... deixei de comprar presentes para festas da família que tinha todo o mês”. “Mesmo assim, a gente sempre compra um presentinho para os mais chegados da família” (Entrevista 02).</i>
<b>Código 47:</b> Diminuição de consumo de vestuário
<b>Significado do Código:</b> Elenca a diminuição de consumo com itens de vestuário
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“... não comprei roupas...”. (Entrevista 02).</i>

(continua pág. 344)

(continuação pág. 343)

<b>Código 48:</b> Diminuição de consumo com serviços de restaurantes, centros comerciais, e eventos sociais.
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a diminuição de consumo com alimentação em restaurantes, e com compras em centros comerciais.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “...eu agora não vou a shopping e não sinto falta de ir, assim não gasto naquilo que não preciso.” (Entrevista 01). “.. não fomos mais para a cidade para comer em restaurante, a gente ia sempre umas duas vezes por mês” (Entrevista 02). “... não fui a nenhum show ou evento social...”. “Na pandemia tudo ficou fechado, não sai mais para comer fora...” (Entrevista 03). “O que eu fiz foi levar comida para o meu trabalho, agora carrego marmita, com isso não vou a restaurantes e acabo ganhando uns trocados. Também levando a marmita eu não chego muito perto de outras pessoas” (Entrevista 05). “Deixei de comer na rua, agora como em casa, faço a nossa comida, tanto eu como minha esposa passamos a cozinhar e com isso estamos economizando um pouco” (Entrevista 06). “Não. Também tudo ficou fechado e a gente não sai mais para andar no comércio” (Entrevista 07). “Eu passei a comer mais coisas em casa é muito mais barato” (Entrevista 10).
<b>Código 49:</b> Diminuição de consumo com serviços de estética
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a diminuição de consumo com serviços pessoais de estética
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “... não gastei mais em salão de beleza, para arrumar o cabelo e fazer as unhas. Aprendi a arrumar as minhas unhas, e olha que isso foi uma boa economia” (Entrevista 02).
<b>Código 50:</b> Não constatada alteração no consumo durante a Covid-19
<b>Significado do Código:</b> Identifica entrevistados que não perceberam nenhuma alteração em seu consumo durante a Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “Não” (Entrevista 05). “Não me lembro” (Entrevista 07). “Não” (Entrevista 11). “Não” (Entrevista 12). “Não continuamos comendo as mesmas coisas” (Entrevista 14). “Não”. (Entrevista 16).
<b>Código 51:</b> Diminuição de consumo com bebidas alcoólicas, e com carne em reuniões domiciliares.
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a diminuição do consumo com bebidas e alimentos em reuniões domiciliares de amigos e familiares.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> “Acho que diminui o consumo com cerveja, a gente não faz mais churrasco nos finais de semana com a família. Que falta isso me faz”. “Não se pode mais ver os parentes e amigos, não fiz mais churrasco nos finais de semana” (Entrevista 05).

(continua pág. 345)

(continuação pág. 344)

<b>Código 52:</b> Modificação da Dieta Alimentar
<b>Significado do Código:</b> Aborda a modificação de dieta alimentar adotada por entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Tchê, eu e minha mulher não comemos mais carne, agora somos vegetarianos. E agora fizemos nossa própria comida, aprendi a cozinhar e estou me divertindo muito com isso, ficamos mais juntos e não gastamos tanto, além de saber o que estamos comendo. É uma diversão, que recomendo para qualquer um” (Entrevista 08).</i>
<b>Código 53:</b> Substituição de alimentos por itens de menor preço
<b>Significado do Código:</b> Contempla as medidas adotadas de substituição de alimentos por marcas diferentes, e produtos similares.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Com comida tudo fica mais difícil, a gente agora não tem feito churrasco que era toda a semana e, também tem comido mais carne de porco e umas galinhas que criamos aqui mesmo” (Entrevista 02). “Nunca comi tanta carne de galinha, é a mais barata” (Entrevista 09). “Acho que a gente come mais galinha, carne anda escasso lá em casa, é galinha e galinha” (Entrevista 15). “Estamos comendo mais frango, estamos evitando a carne vermelha por causa do preço, também por opção de vida” (Entrevista 21).</i>
<b>Código 54:</b> Consumo em função de ações de solidariedade
<b>Significado do Código:</b> Aborda sobre o consumo por meio de ações de solidariedade.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Consumi coisas que vieram de doação, a gente não comia aveia e alguns enlatados, e quando se ganha se come esse tipo de coisa” (Entrevista 13). “O que me dão eu como, é assim que está a minha vida” (Entrevista 20).</i>
<b>Código 55:</b> Diminuição de consumo com serviços
<b>Significado do Código:</b> Relata a diminuição de consumo com serviços domiciliar.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Passamos a comer mais em casa, estou fazendo tudo para economizar... Tivemos até que cortar a internet banda larga, agora é só a do celular” (Entrevista 18).</i>

(continua pág. 346)

(continuação pág. 345)

<b>Código 56:</b> Itens de consumo percebidos com maior alta de preço
<b>Significado do Código:</b> Elenca os itens considerados com maior alta de preços durante a pandemia segundo a percepção dos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“...o valor gasto no supermercado aumenta a cada dia” (Entrevista 01).</i> <i>“o preço da carne de boi, o preço do arroz e do feijão” (Entrevista 01).</i> <i>“A ração para os bichos...” (Entrevista 01)</i> <i>“A carne de boi e o arroz” (Entrevista 02).</i> <i>“Comida dos animais e combustível” (Entrevista 03).</i> <i>“A carne, essa sim, foi uma vergonha” (Entrevista 05).</i> <i>“A carne, tudo que é tipo de carne aumentou de forma abusiva” (Entrevista 07).</i> <i>“...os legumes subiram bastante e as frutas também” (Entrevista 08).</i> <i>“A carne e o arroz” (Entrevista 09).</i> <i>“Carne, e seus derivados” (Entrevista 10).</i> <i>“Carne, farinha, ovos...” (Entrevista 11).</i>
<b>Código 57:</b> Sentimento de desaponto frente a alta dos preços no entorno social.
<b>Significado do Código:</b> Expressa o sentimento dos entrevistados que não é possível fazer nada para frear a alta dos preços.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“O que a gente sempre faz, apertar o cinto, tentar economizar em tudo. Pedir, implorar para que desliguem as luzes” (Entrevista 02).</i> <i>“Não posso fazer nada, precisamos da gasolina para andar e resolver todos os problemas, e os animais precisam comer”. (Entrevista 03).</i> <i>“Nada, a gente não enfrenta isso, não tem como” (Entrevista 04).</i> <i>“O que a gente faz sempre é reclamar para os amigos” (Entrevista 05).</i> <i>Reclamar dos preços, rir um pouco e fazer o que se faz sempre: apertar o cinto, resmungar e comprar o que se pode” (Entrevista 15).</i>
<b>Código 58:</b> Alternativas de produzir itens de consumo
<b>Significado do Código:</b> Relaciona iniciativas de produção de itens de consumo antes adquiridos e produzidos pelo entrevistado ou por sua família.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu, plantei uma área de pasto para diminuir o que gasto com ração para minhas vacas” (Entrevista 01).</i> <i>“Às vezes eu compro carne de porco, engordo umas galinhas, começamos a comer mais essas carnes” (Entrevista 01).</i> <i>“O que eu passei a fazer foi pão, agora praticamente não compramos mais pão, quando vamos à cidade” (Entrevista 02).</i> <i>“O pai está fazendo uma área de pastos para tentar diminuir um pouco o gasto com a comida dos animais” (Entrevista 03).</i> <i>A gente começou a comer mais pão que a mulher começou a fazer” (Entrevista 04).</i>

(continua pág. 347)

(continuação pág. 346)

<b>Código 59:</b> Busca por melhor preço e por produtos similares.
<b>Significado do Código:</b> Identifica as ações prévias empreendidas antes da aquisição dos itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Arroz e feijão não dão para diminuir e a gente tem de pagar, sempre procuramos uma marca mais barata para comprar” (Entrevista 01)</i> <i>“Procurando o preço mais baixo, vendo aqueles panfletos e propagandas na televisão (Entrevista 05).</i> <i>“... então se gasta o mínimo possível, estamos sempre pensando em economizar” (Entrevista 06).</i> <i>“O que a gente sempre faz, procura, coisas mais baratas, faz procura em todos os lugares que vende e busca comprar o mais barato” (Entrevista 07).</i> <i>“Dos combustíveis não tem jeito, mas a gente sempre procura o posto com os melhores preços. Também para a comida sempre busco o melhor preço, outras marcas e assim vamos indo” (Entrevista 09).</i> <i>Eu agora só compro o que preciso, vou com listinha fazer as minhas compras. E busco o menor preço, também busco marcas mais baratas, se está muito caro não compro, tento outra coisa para colocar no lugar” (Entrevista 10).</i> <i>“Muita procura, tem preços diferentes nos supermercados, então consulto os preços e vou buscar o mais barato” (Entrevista 11).</i> <i>“...aí a procura é por posto de combustível que venda mais barato” (Entrevista 12).</i> <i>“Buscar preços menores, e só comprar o que está na lista de compras” (Entrevista 14).</i> <i>“Eu compro só o que preciso e sempre busco os mais baratos, igual a todo o mundo a gente faz uma procura e compra o que dá” (Entrevista 16).</i> <i>“...pesquisar e pesquisar o menor preço dos alimentos” (Entrevista 18).</i> <i>“A gente procura o melhor preço, tenta aproveitar o máximo das coisas, não desperdiça, enfim estamos vivendo com o que temos” (Entrevista 21).</i>
<b>Código 60:</b> Mudança de hábito alimentar.
<b>Significado do Código:</b> Indica mudanças de hábito de consumo, adotadas pelos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Então me indignei com o preço da carne e aí a gente ficou pensando e pensando e aos poucos foi começando a comer sem carne, e hoje somos vegetarianos eu e a minha mulher. Foi a melhor coisa que fizemos, me sinto bem e não gasto tanto como gastava com carne e seus derivados” (Entrevista 08).</i>
<b>Código 61:</b> Limite de compras
<b>Significado do Código:</b> Identifica o limite das compras realizadas pelos entrevistados durante o período de alta dos preços.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Economizar tudo o que se pode” (Entrevista 06).</i> <i>Só compro o necessário, e com o dinheiro que tenho, se não tenho dinheiro não tem como comprar, ninguém vende para quem não tem como pagar” (Entrevista 13).</i>

(continua pág. 348)

(continuação pág. 347)

<b>Código 62:</b> Aquisição de peças de vestuário em brechós.
<b>Significado do Código:</b> Indica as compras realizadas em espaços que comercializam itens de segunda mão.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>Sempre compro só o que preciso, e passei a comprar roupas para a minha guriazinha na internet nos brechós” (Entrevista 17).</i>
<b>Código 63:</b> Compras em função da necessidade
<b>Significado do Código:</b> Relata a forma de comprar considerando a extrema necessidade do item a ser consumido.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <i>“Os outros gastos eu acho que são os mesmos, também nesse período não gastamos com roupa. Minha esposa não comprou roupas nesse período. Compramos apenas roupas para a minha neta de presente de aniversário, a menina cresceu e não tem roupa que sirva” (Entrevista 01).</i>  <i>“Eu passei a comprar mais o que preciso, e deixei de comprar algumas coisas que não preciso, não comprei mais roupas. A minha esposa também está mais tranquila, não quer ir para as lojas fazer compras, tem medo da pandemia” (Entrevista 01).</i>  <i>“Não sei, acho que se mudou foi pouca coisa, eu não percebo, posso dizer que todos nós estamos com medo de gastar e depois não ter como pagar” (Entrevista 02)</i>  <i>“... não sai mais, e não bebi na rua ou comi, agora é tudo aqui em casa, até a namorada veio para cá. Entrevista 03</i>
<b>Código 64:</b> Visitas a centros comerciais não são mais uma rotina.
<b>Significado do Código:</b> Explana sobre a alteração da rotina habitual de frequentar centros comerciais, e reuniões sociais.
<b>Extrato das Entrevistas:</b>  <b>Não frequentou mais festas de aniversários, centros comerciais e passou a comprar apenas o que precisa.</b>  <i>“Eu acho que deixamos de ir à festa de aniversário, então deixamos de comprar presentes para os aniversariantes” (Entrevista 01).</i>  <i>“A minha esposa também está mais tranquila, não quer ir para as lojas fazer compras, tem medo da pandemia” (Entrevista 01).</i>  <i>“Eu passei a não visitar mais shopping e dessa forma não comprei nada”. “... não sai mais, e não bebi na rua ou comi, agora é tudo aqui em casa, até a namorada veio para cá. (Entrevista 03)</i>
<b>Código 65:</b> Aumento do gasto financeiro do consumo em função da alta dos preços.
<b>Significado do Código:</b> Relata que percebeu um maior gasto para custear os itens de consumo decorrente da alta dos preços de itens de consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Gastamos mais porque tudo subiu” (Entrevista 05).</i>

(continua pág. 349)

]

(continuação pág. 348)

<b>Código 66:</b> Mais tempo em casa e mais valor à família.
<b>Significado do Código:</b> Narra que passou a ter mais tempo com a família e a conviver mais com os familiares.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Passei a dar muito valor a minha vida e a da minha família. Perdi o meu negócio e estou trabalhando feito louco para não faltar nada em casa” (Entrevista 07)</i> <i>“Acho que estou mais feliz com as coisas que tenho, com meus filhos e minha esposa” (Entrevista 08).</i> <i>“Tudo, agora sou outra pessoa, não saio mais, trabalho cuidando pessoas doentes, não tenho mais o meu salão de beleza” (Entrevista 10).</i> <i>“Me tornei mais carinhosa com os meus, acho que estou aprendendo a agradecer aquilo que tenho” (Entrevista 18).</i> <i>“Eu fiquei em casa, e estou gostando de ficar com a minha família, esse foi o lado bom da Covid-19” (Entrevista 21).</i>
<b>Código 67:</b> Início do exercício de atividade profissional como trabalhador independente.
<b>Significado do Código:</b> Discorre sobre a necessidade de empreender uma atividade independente para obter renda e conseguir custear o seu consumo.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Uma parada total, não consegui emprego na minha área, tive de virar motorista de aplicativos, não posso sair para uma festa e sequer fazer uma viagem” (Entrevista 12).</i>
<b>Código 68:</b> Percebe mudanças em todos os sentidos
<b>Significado do Código:</b> Relata a percepção de mudança de consumo em todos os sentidos ocorridas no contexto da pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Tudo, menos a fé em dias melhores” (Entrevista 13).</i>
<b>Código 69:</b> Maiores oportunidades de trabalho
<b>Significado do Código:</b> Relaciona a percepção dos entrevistados que acreditam terem maior oportunidade de trabalho no contexto da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Tenho mais trabalho” (Entrevista 09).</i> <i>“Muito mais trabalho, agora temos que fazer a feira e atender esses pedidos da internet, às vezes o pessoal pede coisas que não temos e aí tem que ir atrás para não perder os clientes”. (Entrevista 14)</i> <i>“Trabalhei mais, e fiquei mais em casa” (Entrevista 11).</i>
<b>Código 70:</b> Não percebe mudanças
<b>Significado do Código:</b> Identifica opiniões de entrevistados que não percebem mudanças de consumo no contexto da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>Eu acho que nada. (Entrevista 15).</i>

(continua pág. 350)

(continuação pág. 349)

<b>Código 71:</b> Trabalhar com medo do contágio
<b>Significado do Código:</b> Regista o medo do contágio de entrevistados que tem de trabalhar durante a pandemia Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu fiquei mais triste e com medo de morrer, tanta gente que morre com essa doença. Na minha vida foi tudo mais difícil porque não podia trabalhar e eu não sei ficar em casa e ver as coisas que estão faltando” (Entrevista 16).</i>
<b>Código 72:</b> Redução do número de clientes
<b>Significado do Código:</b> Identifica a redução do número de clientes e da demanda por serviços ofertados, e consequente redução de renda durante o período da pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Muito mais difícil tenho que trabalhar com luvas, e aguardar clientes me chamarem, diminui o número de clientes e com isso perdi dinheiro que eu preciso tanto para me sustentar” (Entrevista 17).</i>
<b>Código 73:</b> Desemprego
<b>Significado do Código:</b> Regista a perda do emprego ocorrido na Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <b>Desemprego e triste por não poder fazer nada</b> <i>“Fiquei desempregado e mais triste porque não posso fazer nada, não consigo emprego” (Entrevista 19).</i>
<b>Código 74:</b> Aumento de consumo com serviços de entretenimento.
<b>Significado do Código:</b> Relata o aumento com consumo de serviços de entretenimento ocorridos durante a pandemia e que incorporaram o orçamento de consumo dos entrevistados.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Acho que passamos a comer mais em casa eu e a minha namorada, e a assistir séries e filmes. Fui obrigado a assinar o aplicativo da Netflix para ver filmes e séries porque a TV aberta não oferece nada de bom” (Entrevista 03).</i> <i>“...meus pais sim, eles fizeram assinatura de aplicativos para filmes e seriados e eu aproveito para me distrair” (Entrevista 19).</i>
<b>Código 75:</b> Aumento do consumo com equipamentos de proteção.
<b>Significado do Código:</b> Relaciona o consumo adicional com itens de equipamentos de proteção individual como medida de proteção adotada para evitar o contágio da Covid-19.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Máscara, passei a usar máscara, o resto é a mesma coisa. Também tive que gastar com luvas, as clientes exigem luvas para fazer as unhas” (Entrevista 17).</i>

(continua pág. 351)

(continuação pág. 350)

<b>Código 76:</b> Previsão de um período difícil a enfrentar.
<b>Explicação do Conceito:</b> Evidencia a percepção dos entrevistados de um sentimento de poucas mudanças no período pós-pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu acho que vai mudar pouca coisa aqui na minha atividade. Tomara que os preços baixem das rações e dos alimentos, fico com medo é do desemprego, tem tanta gente desempregada, tenho medo de que a violência aumente. Aqui não podemos deixar a nossa propriedade sem ter alguém, porque se não tem ninguém pode virar alvo de assalto, e de matança das nossas vacas leiteiras. Nem quero imaginar isso”</i> (Entrevista 01). <i>“Acho que as pessoas vão enlouquecer saindo para fazer compras e comprar coisas novas, isso é o que eu acho”</i> (Entrevista 02). <i>“Eu acho que tudo vai ficar mais caro e perigoso, com tanto desempregado eu não sei onde isso vai parar”</i> (Entrevista 04). <i>“Difícil até tudo se acertar”</i> (Entrevista 06). <i>“A mesma coisa, muita violência e muito desemprego”</i> (Entrevista 07). <i>“Acho que vamos passar por muitos problemas, com muito desemprego e violência”</i> (Entrevista 11). <i>“Acho que vai ser bem difícil, acho que vai faltar emprego para muita gente”</i> (Entrevista 17). <i>“Acho que vai ser um longo período de confinamento, ainda temos muito para enfrentar, acho que vai demorar bastante para as coisas voltarem ao normal”</i> (Entrevista 18).
<b>Código 77:</b> Pronóstico de que pouca coisa vai se modificar.
<b>Significado do Código:</b> Evidencia a percepção dos entrevistados de um sentimento de poucas mudanças no período pós-pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu acho que pouca coisa vai mudar, que os preços vão continuar subindo, e que a gente vai ter de achar outra forma de arrumar mais dinheiro para conseguir comprar as rações que os bichos precisam. Estou pensando em fazer mais áreas de pastos. Não acho que depois da pandemia tudo voltará a ser como antes. Acho que vamos ter de encontrar um jeito de continuar plantando e cuidando dos bichos, e de nos conformarmos com a falta de dinheiro”</i> (Entrevista 01)
<b>Código 78:</b> Sentimento de que tudo vai voltar ao normal como era antes da pandemia
<b>Significado do Código:</b> Relata a percepção dos entrevistados de um sentimento de que tudo voltará ao normal, ou seja, tudo será como antes da pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu acho depois que todos se vacinarem a gente vai poder se reunir de novo, e olha que isso está fazendo falta, sinto falta de ter todos os parentes na volta, de abraçar e não usar essa máscara”</i> (Entrevista 02). <i>“Eu acho que aos poucos as coisas vão voltando ao normal, vamos poder sair para a rua de novo”</i> (Entrevista 03) <i>“Eu espero que tudo volte ao normal. Que encontrem a cura para esse vírus e que a gente possa sair para a rua sem essa bendita máscara”</i> (Entrevista 09). <i>“Eu acho que vai aos poucos tudo voltando ao normal, tem que voltar não vamos aguentar isso por muito mais tempo, saudades de poder abraçar de poder dançar e de virar a noite numa festa”</i> (Entrevista 10) <i>“Acho que tudo vai voltar a ser como era, vamos voltar às ruas e poder viver novamente”</i> (Entrevista 12). <i>“Tomara que tudo entre nos eixos de novo, isso é o que espero”</i> (Entrevista 13). <i>“Acho que vai melhorar e tudo vai voltar ao normal”</i> (Entrevista 14). <i>“Acho que vai ser bom e que a gente vai poder ir para a rua, vai ser bom sim”</i> (Entrevista 16). <i>“Acho que vai melhorar um pouco, e que assim que tiver vacina para todos as coisas voltam a normalidade”</i> (Entrevista 19). <i>“Eu quero que tudo melhore, que as feiras voltem, que eu tenha a minha vida de volta, é isso o que eu quero”</i> (Entrevista 20). <i>“Acho que as coisas vão naturalmente voltar ao normal, assim eu espero”</i> (Entrevista 21).

(continua pág. 352)

1

(continuação pág. 351)

<b>Código 79:</b> Pronóstico de um novo normal
<b>Significado do Código:</b> Reúne a percepção dos entrevistados de um sentimento do período pós pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Tomara que mude e que não venha mais uma pandemia dessas” (Entrevista 05).</i> <i>“Não sei, mas acho que as pessoas vão ter aprendido que gastam muito com roupa e que podem viver bem sem comprar tantas roupas” (Entrevista 06).</i> <i>“Eu acho que todos nós teremos aprendido alguma coisa, foram muitas perdas, eu acredito que todos saíram melhores dessa triste pandemia. Eu espero ter um novo normal e voltar a trabalhar como professor de educação física depois dessa pandemia! (Entrevista 08).</i> <i>“Tomara que essa pandemia acabe, eu acho que vai ser muito bom tudo vai ficar melhor” (Entrevista 15).</i>
<b>Código 80:</b> Prognóstico sobre o consumo de peças de vestuário no período pós-Covid-19.
<b>Significado do Código:</b> Traduz as intenções de consumo de peças de vestuário pelos entrevistados no período pós-pandemia.
<b>Extrato das Entrevistas:</b> <i>“Eu acho que para nós vai ser da mesma forma, só vou comprar o que preciso e posso pagar” (Entrevista 01).</i>  <i>“Eu acho que quem quiser comprar vai continuar comprando, espero que as pessoas tenham aprendido que não precisam de tantas roupas para continuar vivendo. Eu sinceramente pouco compro roupas, sempre ganho da minha mãe ou da namorada, não dou valor para isso” (Entrevista 03).</i>  <i>“Sei lá, usar bastante as coisas para não ter que comprar outras” (Entrevista 04).</i>  <i>“Acho que quem tem vai comprar, e quem não tem vai ficar é sem” (Entrevista 07).</i>  <i>“Vai ser uma decisão pessoal, alguns continuaram a comprar como loucos outros não” (Entrevista 08).</i> <i>“..., não me preocupo com roupas” (Entrevista 09).</i>

**ANEXO IV EXTRATOS DOS ARTIGOS ANALISADOS**

01	<b>Referência do estudo:</b> Ortega Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. <i>Retos</i> , 10(20), 233-247. DOI: <a href="https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03">https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03</a>		
<b>Objetivo:</b> Conhecer os efeitos que a medida do isolamento social da Covid-19 ocasionou no consumo das pessoas por meio da medição de variáveis relacionadas com os fatores pessoais, sociais, psicológicos e culturais.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Utilização da ferramenta estatística Modelo de Equações Estruturais (SEM) para análise dos dados extraídos de um questionário aplicado a uma amostra de 655 consumidores de cinco cidades equatorianas (Cuenca, Guayaquil, Machala, Loja y Quito).	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> <li>➤ Consumo na Covid-19</li> <li>➤ Entretenimento</li> <li>➤ Relações pessoais</li> <li>➤ Sustentabilidade</li> <li>➤ Saúde emocional</li> <li>➤ Costumes</li> </ul>	<p>Constata a existência de uma relação positiva do comportamento do consumidor com os fatores sociais, psicológicos, culturais e pessoais.</p> <p>O estudo aponta modificações de comportamento de consumo durante o isolamento da Covid-19 estas modificações são: compras <i>online</i>, práticas de ações de sustentabilidades por meio de apoio a causas de solidariedade local e nacionais, e redução de plástico; consumo massivo de uso de tecnologias para entretenimento, prática de exercício e senso de humor para manter o ânimo no isolamento social, modificação de costumes com incremento de preferências no consumo de produtos locais.</p>	<p>-Os impactos da tecnologia e o consumo em tempos de crise.</p> <p>-Comportamento do consumidor por cortes de gerações (<i>Baby Boomers, Millenial y Centennial</i>) no período da Covid-19</p> <p>-Comportamento de compras e responsabilidade social dos estudantes universitários em tempos de isolamento social.</p> <p>-Estudos comparativos entre países para compreender melhor a problemática do comportamento de consumo.</p>
02	<b>Referência do estudo:</b> Taherzadeh, Oliver. (2020). Promise of a green economic recovery post-Covid: Trojan horse or turning point? <i>Global Sustainability</i> , 4, Global Sustainability, 2020-12-01, Vol.4. DOI: <a href="https://doi.org/10.1017/sus.2020.33">https://doi.org/10.1017/sus.2020.33</a>		
<b>Objetivo:</b> Destacar a necessidade de uma investigação urgente sobre a ambição, escopo e potencial transformador da Agenda da recuperação econômica Verde da Covid-19.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Revisão narrativa da literatura sobre a Agenda da recuperação econômica Verde da Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Recuperação Econômica Verde</li> <li>➤ Crescimento Verde</li> <li>➤ Transição sustentável</li> </ul>	<p>A forma como a Agenda da Recuperação Econômica Verde da Covid-19 está sendo implantado representa um cavalo de troia para a mesma resposta ambiental que antecedeu a Covid-19.</p> <p>A atual agenda da Recuperação Econômica Verde da Covid-19 atrasa, interrompe e se distancia da necessária transformação social e ecológica.</p> <p>Diálogos são necessários para criar fóruns inclusivos e avançar na compreensão e alternativas ao crescimento verde pós-Covid1-19.</p>	<p>Não apresenta</p>

03	Referência do estudo: Voorhees, C., Fombelle, P., & Bone, S. (2020). Don't Forget About the Frontline Employee During the COVID-19 Pandemic: Preliminary Insights and a Research Agenda on Market Shocks. <i>Journal of Service Research : JSR</i> , 23(4), 396-400. DOI <a href="https://doi.org/10.1177/1094670520944606">https://doi.org/10.1177/1094670520944606</a>		
<b>Objetivo:</b> captar a voz dos funcionários da linha de frente esquecida que prestaram serviços durante o período da pandemia Covid-19			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
<p>Narrativas de histórias usando a técnica de incidente crítico de 02 (duas) amostras de 100 (cem) funcionários da linha de frente que trabalharam durante a pandemia da Covid-19. Nessa amostra não foram incluídos os profissionais da saúde. São considerados funcionários de linha de frente todos aqueles profissionais que trabalharam presencialmente durante o confinamento social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid</li> <li>➤ Funcionário de Serviços</li> <li>➤ Linha de Frente Organizacional</li> <li>➤ Pandemia</li> <li>➤ Incidente Crítico</li> <li>➤ Co criação</li> </ul>	<p>A adoção de novas tecnologias na linha de frente e o planejamento da demanda podem transformar a forma como os funcionários na linha de frente prestam os seus serviços.</p> <p>Na presença do choque de mercado causado pela pandemia de COVID-19, os funcionários da linha de frente receberam novas responsabilidades e foram solicitados a implementar novas regras que não são universalmente bem recebidas pelos consumidores.</p> <p>Devido aos novos procedimentos, ou a falta de disponibilidade de produtos e serviços de segurança alguns consumidores durante a pandemia tiveram um comportamento verbal agressivo e fisicamente abusivo com os funcionários da linha de frente, E os funcionários tiveram de assumir o papel de aplicadores das regras quando consumidores se recusaram a seguir as regras e protocolos estabelecidos para proteger o consumidor.</p> <p>A infusão de tecnologia nas linhas de frente está mudando constantemente o papel e a vida dos funcionários.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos do choque de mercado causado pela pandemia, de outros riscos naturais, guerras e terrorismo na vida pessoal, profissional e bem-estar dos funcionários de linha de frente.</li> <li>- Funções e rotinas de trabalho dos funcionários de linha de frente;</li> <li>- Práticas de apoio a funcionários de linha de frente.</li> <li>- Apoio das empresas na promoção do bem-estar dos funcionários da linha de frente.</li> <li>- Reação dos funcionários de linha de frente as novas políticas de reserva e demanda do consumidor.</li> <li>- Estudos longitudinais sobre os choques de mercado no bem-estar dos funcionários de linha de frente.</li> <li>- Integração dos funcionários de linha de frente com os serviços públicos e sem fins lucrativos.</li> </ul>

04	Referência do estudo: Mitchell, E. S., Yang, Q., Behr, H., Deluca, L., & Schaffer, P. (2021). Adherence to healthy food choices during the COVID-19 pandemic in a U.S. population attempting to lose weight. <i>Nutrition, metabolism, and cardiovascular diseases: NMCD</i> , 31(7), 2165–2172. <a href="https://doi.org/10.1016/j.numecd.2021.03.009">https://doi.org/10.1016/j.numecd.2021.03.009</a>		
<b>Objetivo:</b> examinar como uma população que tenta perder peso por meio de um programa de perda de peso on-line alterou as escolhas alimentares e a adesão a alimentos com baixa densidade calórica durante o período de isolamento social da Covid-19 nos Estados Unidos			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
<p>Estudo de corte observacional, retrospectivo. Dados coletados por meio do programa de perda de peso de mudança comportamental, de nome “<i>Noom. Noom</i>” é uma intervenção móvel que permite aos usuários registrar o seu peso, refeições e atividade física por meio de uma interface de smartphone e dá acesso a um treinador de mudança de comportamento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Ingestão dietética</li> <li>➤ Saúde Digital</li> <li>➤ Grupos de Comida</li> <li>➤ Registo de alimentos</li> </ul>	<p>Compreender as mudanças nas escolhas alimentares durante uma crise pode ser útil para preparar cadeias de abastecimento e respostas de saúde pública</p> <p>As preferências alimentares e os comportamentos de consumo são modificados nas populações durante eventos estressantes.</p> <p>Grupos alimentares específicos foram alterados de acordo com a idade e sexo durante as primeiras semanas do confinamento da Covid-19.</p> <p>O consumo de frutas e vegetais, especialmente saladas, pareceu diminuir durante a semana inicial isolamento Covid-19 nos Estados Unidos, enquanto o consumo de carne vermelha, carne processada e vegetais ricos em amido aumentou.</p>	<p>Compreender os fatores que influenciaram as escolhas alimentares e como as escolhas alimentares são modificadas em populações semelhantes e diferentes.</p>

05	Referência do estudo: García, S., Parejo, A., Personal, E., Ignacio Guerrero, J., Biscarri, F., & León, C. (2021). A retrospective analysis of the impact of the COVID-19 restrictions on energy consumption at a disaggregated level. <i>Applied Energy</i> , 287, 116547. Doi <a href="https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.116547">https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.116547</a>		
<b>Objetivo:</b> avaliar o comportamento e o impacto no consumo de energia na rede de distribuição secundária utilizando dados de medidores inteligentes			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Uma análise qualitativa baseada em dados de medidores inteligentes coletados por meio dos Sistemas de Infraestrutura de Medição Avançada (AMI) em nível de distribuição secundária (em baixa tensão) do impacto dos bloqueios do Covid no consumo de energia em Manzanilla (Huelva, Espanha).	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Análise de demanda</li> <li>➤ Mineração de dados</li> <li>➤ Segmentação</li> <li>➤ Medidor inteligente</li> </ul>	<p>Os bloqueios impostos pela COVID-19 impactaram o consumo de energia. Especificamente, obteve-se um aumento no consumo global dos clientes analisados de 10,4% nas primeiras semanas do bloqueio, de 12,1% durante todo o período de bloqueio e de 6,0% na reabertura. Esse resultado contrasta com a redução de 15% a 25% obtida nos trabalhos já publicados. Isso se deve principalmente ao fato de os artigos já publicados serem uma análise global em que são usados dados agregados em nível de país ou regional.</p> <p>Na região espanhola de Manzanilla as áreas económicas mais afetadas foram as relacionadas com serviços de alimentação e bebidas, enquanto a área dos pequenos negócios (principalmente pequenos comércios locais) apresentou um impacto menor no seu consumo elétrico. O comportamento do consumo de energia residencial foi caracterizado por um aumento notável durante a quarentena.</p>	<p>Comportamento horário do consumo de energia para a compreensão da alteração da pandemia nas faixas de consumo durante o dia.</p> <p>Reclassificação dos clientes que não tem a sua atividade económica devidamente rotulada no consumo de energia para compreender o impacto da pandemia no consumo desses clientes.</p> <p>A aplicação do estudo em outras cidades pode permitir uma análise comparativa.</p>

06	Referência do estudo: Cariappa, A., Acharya, K., Adhav, C., Sendhil, R., & Ramasundaram, P. (2021). COVID-19 induced lockdown effects on agricultural commodity prices and consumer behaviour in India – Implications for food loss and waste management. <i>Socio-economic Planning Sciences</i> , 101160. DOI: <a href="https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101160">https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101160</a>		
<b>Objetivo:</b> conhecer o efeito do <i>lockdown</i> sobre os preços e o comportamento do consumo e capturar os efeitos da COVID-19 sobre os preços no atacado e varejo junto com o consumo de alimentos na Índia.			
<b>Métodos de Análise:</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
<p>Estudo quantitativo realizado na Índia, com dados de séries temporais de alta frequência de 284 dias, de uma pesquisa com 729 participantes, e de dados de fontes oficiais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Preço de Varejo e atacado</li> <li>➤ Interrupção de fornecimento</li> <li>➤ Série Temporal Interrompida</li> <li>➤ Desperdício de Comida</li> <li>➤ Perda de Comida</li> </ul>	<p>Aumento de preços pós-isolamento social para os seguintes alimentos: grão-de-bico (4,8%), feijão <i>mungo</i> (5,2%) e tomate (78,2%).</p> <p>Perda de produto altamente perecível</p> <p>Os preços dos principais <i>commodities</i> reverteram aos níveis anteriores ao bloqueio.</p> <p>O bloqueio induzido pela pandemia restringiu o acesso aos mercados de alimentos e a maioria dos consumidores (75,31%) experimentou um aumento de preços nas zonas COVID de diferentes intensidades de incidência, levando à perda de alimentos ao longo da cadeia de abastecimento e desperdício no consumidor final.</p> <p>A subsistência dos consumidores foi afetada de moderada (59,53%) a severa (3,3%), com 92% relatando uma mudança no comportamento de compras.</p> <p>Mudança de comportamento de consumo devido à diminuição da renda após o bloqueio.</p> <p>Mesmo com o relaxamento do bloqueio para atividades relacionadas à agricultura houve interrupção no descarte de produtos de inverno, exceção para o trigo devido a uma aquisição estatal recorde do governo indiano em 2020.</p> <p>A pandemia causou uma mudança significativa de preço dos alimentos, e compras de pânico foram realizadas por quem tinha recursos financeiros em um primeiro momento, fato que levou a formação de estoques e desperdício de alimentos.</p>	<p>Promoção da capacidade e resiliência coletiva dos sistemas de produção em pequena escala por meio de instituições, políticas e reformas.</p> <p>Agricultura contratada, organizações de produtores agrícolas, criação e funcionamento de redes de segurança social para superar choques de renda, produção e preços,</p>

07	Referência do estudo: Song, G., Xia, Z., Basheer, M., & Shah, S. (2021). Co-movement dynamics of US and Chinese stock market: Evidence from COVID-19 crisis. <i>Ekonomika Istraživanja</i> , 1-17. DOI <a href="https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1957971">https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1957971</a>		
<b>Objetivo:</b> Examinar a dinâmica do co-movimento do mercado de ações entre os EUA e China durante o período de julho de 2010 a abril de 2020. O Termo co-movimento do mercado financeiro também é conhecido como correlações, sincronizações e integrações. As medidas de co-movimento são consideradas uma referência para analisar os benefícios da diversificação de carteiras para os investidores, e os benefícios derivados para a economia real do ponto de vista do crescimento econômico e da ligação ao mercado global.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Qualitativo com utilização de modelos econométricos para análise dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ China,</li> <li>➤ Covid-19,</li> <li>➤ Co-movimento,</li> <li>➤ Estoque,</li> <li>➤ EGarch,</li> <li>➤ Transbordamento de Volatilidade, EUA</li> </ul>	<p>Tanto os mercados avançados quanto os emergentes acabam sentindo o impacto do efeito de contágio.</p> <p>O comportamento do mercado chinês é igual ao do mercado americano e ofereceu oportunidades insignificantes de diversificação para os investidores neste período.</p> <p>Identificado a presença de efeitos de <i>spillover</i> de volatilidade assimétrica entre os mercados norte-americano e chinês, durante os períodos considerados.</p> <p>Os mercados chinês e americano estão integrados no longo prazo em todos os períodos, ou seja, pré-crise e pós-crise. No entanto, a integração é mais forte durante o período de crise e ambos os mercados têm relações causais bidirecionais.</p> <p>Presença de efeitos colaterais de volatilidade assimétrica entre os mercados dos EUA e da China durante e períodos pré-crise.</p> <p>O efeito de transbordamento durante o período de crise é maior que no período pré-crise. Enquanto isso, os dois mercados também compartilham um <i>spillover</i> bidirecional que é estatisticamente significativo, indicando que ambos os mercados estão altamente correlacionados.</p> <p>Ambos os mercados chinês e americano apresentam os mesmos comportamentos, não havendo oportunidade de diversificação significativa para os investidores na atual conjuntura de crise.</p> <p>Devido à vulnerabilidade das atividades econômicas da China o mercado de ações chinês está sujeito a várias mudanças consideráveis de mercado</p>	Examinar os canais de transmissão que auxiliaram a propagação da crise pelas economias locais e regionais. Pesquisas no domínio da Co integração e <i>spillovers</i> de volatilidade.

08	Referência do estudo: Wang, Z.; Wang, H. (2021) Improving Load Forecast in Energy Markets During COVID-19. BuildSys '21, November 17–18, Coimbra, Portugal A 8ª Conferência Internacional da ACM sobre Sistemas para Edifícios, Cidades e Transporte Eficientes em Energia (BuildSys 21); DOI <a href="https://doi.org/10.1145/3486611.3486648">https://doi.org/10.1145/3486611.3486648</a>		
<b>Objetivo:</b> analisar sistematicamente modelos de previsão de carga e recursos relevantes de energia que podem melhorar a previsão de carga num evento de emergência como a COVID-19.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Estudo de caso do mercado de energia do Novo Operador de sistema independente de York (NYISO) nos EUA. Com a aplicação de modelos estatísticos para análise dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ COVID-19,</li> <li>➤ Demanda de energia,</li> <li>➤ Mercado de energia</li> <li>➤ Previsão de carga</li> <li>➤ Série de tempo</li> <li>➤ Rede neural profunda</li> </ul>	<p>Insights, como simulação de situações de ficar em casa com dados de fim de semana, e adoção de recursos de mobilidade para previsão de carga durante COVID-19 podem ajudar as partes interessadas, como operadores de sistema e utilitários a se preparem melhor para contingências semelhantes no futuro.</p> <p>A previsão de carga de curto prazo é uma ferramenta essencial para as operações reservas. Esta ferramenta é uma energia geradora extra preparada para qualquer forma de interrupção do fornecimento.</p> <p>Os dados de carga de fim de semana antes da estadia em casa levaram para uma melhoria significativa na previsão de carga durante COVID-19 e podem ser facilmente obtidos em comparação com casos COVID e dados de mobilidade.</p>	<p>Explorar dados de mais energia de mercados com comportamentos de consumo de energia distintos e avaliar as várias combinações de diferentes conjuntos de recursos.</p> <p>Explorar as causas potenciais para o rolamento distorcido de previsões.</p>
Nota: Artigo aprovado em congresso científico, não publicado.			
09	Referência do estudo: Samoggia, A., Landuzzi, P., & Vicién, C. (2021). Market Expansion of Caffeine-Containing Products: Italian and Argentinian Yerba Mate Consumer Behavior and Health Perception. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> , 18(15), 8117. <a href="https://doi.org/10.3390/ijerph18158117">https://doi.org/10.3390/ijerph18158117</a>		
<b>Objetivo:</b> explorar o comportamento de compra e consumo da Argentina e Itália sobre a percepção da erva-mate.			
Nota: Excluído o estudo porque trata do tema consumo da erva mate e não tem relação com o tema em estudo (comportamento de consumo no contexto da Covid-19)			

10	Referência do estudo: Batrancea, L. (2021). Empirical Evidence Regarding the Impact of Economic Growth and Inflation on Economic Sentiment and Household Consumption. <i>Journal of Risk and Financial Management</i> , 14(7), 336. Doi: <a href="https://doi.org/10.3390/jrfm14070336">https://doi.org/10.3390/jrfm14070336</a>		
<b>Objetivo:</b> determinar em que grau o crescimento económico e a inflação causariam mudanças significativas nos sentimentos económicos e no consumo das famílias nos países da União Europeia durante o período de dezembro de 2019 a outubro de 2020.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
<p>Estudo qualitativo utilizando análise econométrica por meio de uma modelagem económica com utilização do método de momentos generalizados de painel e mínimos quadrados de painel com pesos transversais e efeitos fixos no tempo, e evidências robustas. Dados foram extraídos da Eurostat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sentimento Económico</li> <li>➤ Consumo Doméstico</li> <li>➤ Crescimento Económico</li> <li>➤ Inflação</li> <li>➤ Desemprego</li> </ul>	<p>O sentimento económico e o consumo das famílias impactaram significativamente o crescimento económico e a inflação. Além disso, no caso do sentimento económico, os resultados indicaram que o impacto negativo da inflação foi muito mais forte do que o impacto positivo do crescimento económico. O inverso foi aplicável no caso do consumo das famílias</p>	<p>Aumentar a amostra com outras nações europeias e países de diferentes continentes, a fim de testar a robustez das relações.</p> <p>Comparações entre grupos de nações de vários continentes.</p> <p>Ampliação do período de análise.</p> <p>Outros preditores além dos considerados no estudo para a compreensão do complexo fenómeno dos sentimentos económicos e o consumo das famílias.</p>

11	Referência do estudo: Greve, Z., Bottieau, J., Vangulick, D., Wautier, A., Dapoz, P., Arrigo, A., . . . Vallee, F. (2020). Machine Learning Techniques for Improving Self-Consumption in Renewable Energy Communities. <i>Energies (Basel)</i> , 13(18), 1. DOI: <a href="https://www.mdpi.com/1996-1073/13/18/4892">https://www.mdpi.com/1996-1073/13/18/4892</a>		
<b>Objetivo:</b> propõe módulos de análise de dados para auxiliar os membros da comunidade a programarem a utilização dos seus recursos (geração e consumo) de forma a minimizar a conta de luz. Este trabalho propôs ferramentas de análise de energia para informar os membros das Comunidades de Energia Renovável das perspetivas do dia seguinte em termos de geração de energia renovável local, bem como em termos de perfis de consumo de eletricidade que são representativos do comportamento dos membros na época do ano.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Quantitativo de análise de séries temporais de geração de energia eólica de uma comunidade da Bélgica, e modelagem do consumo de eletricidade dos membros individuais da comunidade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comunidades de energia;</li> <li>➤ Aprendizado de máquina;</li> <li>➤ Previsão;</li> <li>➤ Dados anormais;</li> <li>➤ Força do vento;</li> <li>➤ Outsiders;</li> <li>➤ Perfis representativos do consumo de eletricidade;</li> <li>➤ Auto-consumo</li> </ul>	<p>Não destaca mudanças significativas nos hábitos de consumo de energia.</p> <p>O bloqueio geral ocorrido na Bélgica em março de 2020 devido à crise da COVID-19 afetou significativamente os resultados, principalmente sabendo que os módulos de dados entraram em operação pela primeira vez em abril de 2020, durante o bloqueio. Além disso, efeitos sazonais anuais foram observados nos padrões de autossuficiência, que mascararam ainda mais os benefícios potenciais dos módulos de dados implantados.</p>	<p>Estender de acordo com o regulador local a duração de pilotos de Comunidades de Energia Renováveis semelhantes para mais de um ano, a fim de melhor compreender esses efeitos sazonais anuais, e quantificar melhor o impacto no comportamento de consumo dos membros.</p> <p>Implantar uma Comunidade de Energia Renovável piloto por um período mais longo, com um acompanhamento ativo do interesse dos membros nas ferramentas disponíveis, a fim de confirmar / enfermar as hipóteses levantadas neste trabalho.</p> <p>Construir mais uma Comunidade de Energia Renovável piloto numa zona residencial, de forma a analisar o comportamento dos consumidores domésticos.</p> <p>Melhorar a precisão do módulo de previsão de energia eólica usando dados de nível de turbina na definição do modelo e adaptando o procedimento de aprendizagem de algoritmos baseados em árvore para a presença de dados anormais de energia eólica.</p> <p>Previsão correta de picos de geração.</p>
Nota: Comunidades de Energia Renovável consistem em um mecanismo de mercado descentralizado emergente que permite trocas locais de energia entre os usuários finais, contornando a estrutura de mercado tradicional de atacado / varejo.			

12	Referência do estudo: Mason, A., Brown, M., Mason, K., & Narcum, J. (2021). Pandemic effects on social media marketing behaviors in India. <i>Cogent Business &amp; Management</i> , 8(1), 1943243. DOI: <a href="https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1943243">10.1080 / 23311975.2021.1943243</a>		
<b>Objetivo:</b> Examinar os efeitos da pandemia COVID-19 no marketing de mídia social na Índia. Este estudo replica o estudo realizado anteriormente nos Estados Unidos por Mason, Brown, Mason & Narcum (2021).			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Um estudo quantitativo com utilização de métodos estatísticos para a análise dos dados extraídos de uma amostra de conveniência com 313 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Marketing de Mídia Social na Índia</li> <li>➤ Tomada de decisões do consumidor</li> </ul>	<p>Os resultados foram consistentes com as descobertas do estudo nos Estados Unidos. E demonstram uma modificação de comportamento de consumo durante a pandemia na Índia. Esta modificação está associada ao aumento no uso das mídias sociais na Índia para ações de consumo.</p> <p>Os consumidores na Índia estão cada vez mais utilizando as mídias sociais para identificar as necessidades dos seus produtos.</p> <p>Os consumidores indianos aumentaram o uso das mídias sociais para comparar opções de produtos, avaliar os riscos do produto e comprar produtos, respetivamente.</p>	<p>Estudos longitudinais para determinar se COVID-19 criou mudanças sistêmicas nos comportamentos das mídias sociais.</p> <p>Estudos para determinar o impacto da COVID-19 no comportamento do consumidor em economias menos desenvolvidas.</p> <p>Estudos em nível micro organizacional para determinar como vários segmentos-alvo para um determinado negócio podem ser influenciados.</p> <p>Exame dos impactos moderadores de vários segmentos de consumidores (por exemplo, renda, gênero, educação, idade, estilos de vida etc.) nos hábitos de tomada de decisão dos consumidores em mídia social.</p> <p>Explorar se uma determinada plataforma de mídia social está associada a comportamentos positivos ou negativos do consumidor relacionados a compras, compras, e níveis de satisfação pós-compra.</p> <p>Estudos longitudinais para determinar se as mudanças induzidas pela pandemia de COVID-19 nos comportamentos dos consumidores nas redes sociais são sustentadas.</p>
Nota: O estudo replicado por este trabalho é o realizado por Mason <i>et al.</i> (2021) que conduziram uma pesquisa nos Estados Unidos e descobriram que os consumidores aumentaram o uso das mídias sociais para realizarem ações de consumo. As mídias sociais são utilizadas pelos consumidores para identificar necessidades, pesquisar informações, fazer comparações (avaliações), comprar, e comunicar níveis de satisfação pós-compra.			

13	Referência do estudo: Silva, M., Gregório, M., Santos, R., Marques, A., Rodrigues, B., Godinho, C., . . . Freitas, G. (2021). Towards an In-Depth Understanding of Physical Activity and Eating Behaviours during COVID-19 Social Confinement: A Combined Approach from a Portuguese National Survey. <i>Nutrients</i> , 13(8), 2685. DOI: <a href="https://doi.org/10.3390/nu13082685">https://doi.org/10.3390/nu13082685</a>		
<b>Objetivo:</b> caracterizar os níveis de Atividade Física, Comportamento sedentário e as mudanças nos comportamentos alimentares, e explorar o género e outros correlatos sociodemográficos, incluindo uma análise combinada dos comportamentos de saúde inquiridos e dos seus determinantes comuns, em adultos portugueses.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Estudo observacional transversal, dados coletados por amostragem não probabilística e utilização de estatística para análise dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atividade física,</li> <li>➤ Comportamento sedentário</li> <li>➤ Comportamento alimentar,</li> <li>➤ Correlatos sociodemográficos,</li> <li>➤ Padrões de saúde e risco,</li> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Confinamento Social.</li> </ul>	<p>As preferências expressas pela população pesquisada podem ser informativas para futuras campanhas de saúde. E devem destacar não só a preferência por caminhadas e atividades físicas, mas também o papel das atividades informais como forma intencional de ser ativo (por exemplo, limpar a casa, subir e descer escadaria).</p> <p>Mudanças nos hábitos alimentares ocorreram de maneiras positivas e negativas durante a Covid-19.</p> <p>Uma grande proporção da população pesquisada mudou os seus hábitos alimentares durante o período de confinamento da primeira onda da pandemia de COVID-19 (45,1%), 58% daqueles relataram uma melhora na dieta (principais mudanças positivas relatadas: aumento do consumo de frutas, vegetais e água, e diminuição do consumo de salgadinhos, refeições prontas, refrigerantes e bebidas alcoólicas), enquanto 42% relataram tendência de piora, ou seja, aumento do consumo de doces e lanches.</p>	<p>Serão necessários acompanhamentos longitudinais para determinar o impacto de longo prazo das medidas de saúde pública relacionadas à pandemia nesses comportamentos críticos de saúde.</p>

14	Referência do estudo: Brydges, T., Retamal, M., & Hanlon, M. (2020). Will COVID-19 support the transition to a more sustainable fashion industry? <i>Sustainability: Science, Practice, &amp; Policy</i> , 16(1), 298-308. DOI: 10.1080 / 15487733.2020.1829848		
<b>Objetivo:</b> explorar as mudanças em andamento na indústria da moda durante a era COVID-19 e avaliar seu impacto nas iniciativas de sustentabilidade e o seu potencial para uma transição justa.			
<b>Métodos de Análise:</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos:</b>
Revisão narrativa interpretativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19; Moda,</li> <li>➤ Apenas transição</li> <li>➤ Sustentabilidade</li> </ul>	<p>Mudanças incrementais ocorreram em toda a cadeia de abastecimento durante a pandemia, tanto em direção como em contrário, à melhoria da sustentabilidade social e ambiental. Essas mudanças não parecem refletir um movimento geral em direção a uma maior sustentabilidade ambiental.</p> <p>A redução no consumo de moda durante a era Covid-19 pode ser temporária, e lançou um holofote sobre os impactos problemáticos nos meios de vida da rápida mudança do sistema. Mudanças em direção a uma moda mais lenta e localizada precisam incluir planos e não apenas transições nos países produtores.</p> <p>É fundamental que as marcas não usem a COVID-19 como desculpa para apertar o botão de pausa em iniciativas de sustentabilidade.</p>	Examinar como diferentes atores, como vendedores, designers de moda, instituições de ensino, a indústria de vestuário, percebem a sustentabilidade.

15	Referência do estudo: Itani, O., & Hollebeek, L. (2021). Consumers' health-locus-of-control and social distancing in pandemic-based e-tailing services. <i>The Journal of Services Marketing</i> , 35(8), 1073-1091. DOI 10.1108/JSM-10-2020-0410		
<b>Objetivo:</b> explorar o efeito direto do <i>locus</i> de controle interno e externo da saúde dos consumidores sobre a sua consciência de higiene, que, por sua vez, afeta o seu comportamento de distanciamento social.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Estudo qualitativo de análise dos dados por meio de modelagem de equações estruturais baseadas em mínimos quadrados parciais.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ COVID-19</li> <li>➤ Locus-de-controle da saúde</li> <li>➤ Compras de supermercado</li> <li>➤ E-tailing</li> <li>➤ Consciência higiênica</li> <li>➤ Distanciamento social</li> <li>➤ Idade do consumidor</li> <li>➤ Comércio eletrônico</li> <li>➤ Retalhos</li> <li>➤ Gerenciamento de crise</li> </ul>	<p>O distanciamento social, impactou o comportamento atual de compra dos consumidores e as suas futuras intenções de compra em supermercado online.</p> <p>Os efeitos do comportamento de distanciamento social dos consumidores sobre o seu comportamento de compra atual e futuras intenções de compra dependem da sua idade, com efeitos mais fortes identificados para consumidores mais velhos.</p> <p>O locus interno e externo do controle da saúde dos consumidores são importantes preditores de consciência de higiene e comportamento de distanciamento social.</p> <p>A consciência de higiene do consumidor leva os indivíduos a praticarem comportamentos de maior distanciamento social,</p> <p>Os consumidores que mantêm uma maior consciência sobre a higiene provavelmente continuarão comprando seus mantimentos online num futuro próximo.</p> <p>A limpeza e higiene da área de serviços são importantes não apenas no contexto de turismo e hospitalidade.</p> <p>O <i>locus</i> do controle da saúde dos consumidores afeta a sua consciência de higiene e o seu comportamento de distanciamento social.</p>	<p>A realização de pesquisas longitudinais futuras para testar e validar as associações modeladas ao longo do tempo, permitindo, assim, avaliações da dinâmica de evolução dos consumidores durante e pós - COVID-19.</p> <p>Pesquisas de replicação, ou extensão do modelo proposto em países, ou culturas diferentes.</p> <p>Estudo mais aprofundado sobre o varejo impactado pela COVID-19 da perspectiva do vendedor (por exemplo, financeiro) ou do funcionário de serviço de linha de frente (por exemplo, segurança no trabalho), que se espera agregue mais informações.</p>

16	Referência do estudo: Mason, A., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. <i>Cogent Business &amp; Management</i> , 8(1), 1870797. DOI: <a href="https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1870797">10.1080 / 23311975.2020.1870797</a>		
<b>Objetivo:</b> examina como a pandemia COVID-19 levou a aumentos nos comportamentos de marketing de mídia social dos consumidores nos Estados Unidos.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Estudo quantitativo com Análise estatística pela variância (ANOVA) dos dados coletados de 327 entrevistados respondentes nos Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Corona Virus</li> <li>➤ Midia Social</li> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> </ul>	<p>Na pandemia Covid-19 os consumidores aumentaram a utilização das mídias sociais como uma ferramenta para identificar produtos, coletar informações sobre produtos, avaliar produtos e fazer compras de produtos.</p> <p>É crescente a importância do marketing de mídia social desde o início da pandemia COVID-19.</p> <p>A pandemia estava associada a um aumento no uso das mídias sociais pelos consumidores para identificar as necessidades do produto.</p> <p>Depois que a pandemia foi declarada, os consumidores aumentaram o uso das mídias sociais nas compras para adquirir informações de comparação de alternativas de produtos.</p> <p>Os consumidores estão usando cada vez mais as mídias sociais para reunir e avaliar os benefícios e problemas dos produtos.</p> <p>Os consumidores aumentaram o uso das mídias sociais para a compra de produtos</p> <p>Houve um aumento no comportamento dos entrevistados de expressar os níveis de satisfação pós-compra através das redes sociais após a pandemia começou.</p> <p>O uso das mídias sociais pelos consumidores aumentou significativamente os comportamentos de tomada de decisão do consumidor</p> <p>A pandemia parece ter alterado a maneira como os consumidores ativam as necessidades dos produtos, compram produtos, avaliam alternativas de produtos e compram produtos.</p> <p>Identifica um aumento no uso das mídias sociais pelos consumidores como ferramenta de expressão dos seus níveis de satisfação / insatisfação pós-compra.</p> <p>Os consumidores estão utilizando cada vez mais as mídias sociais para obter influência na sociedade enquanto fazem compras e avaliam alternativas de produtos.</p>	<p>Considerar o exame de comparações aprofundadas de vários segmentos de consumidores (por exemplo, dados demográficos, estilos de vida, benefícios buscados etc.) para compreender como vários segmentos de mercado de consumo podem estar mudando com os efeitos da pandemia COVID-19.</p> <p>Quais são as plataformas de mídia social mais utilizadas pelos consumidores e por quanto tempo.</p> <p>As relações entre uma determinada plataforma de mídia social e comportamentos positivos / negativos do consumidor, como aumento de pesquisas de compras, aumento de compras e mensagens de satisfação pós-compra dos consumidores.</p> <p>Investigações empíricas para examinar a eficácia de uma determinada estratégia de mídia social para criar consciência de marca, valor da marca, compras de marca e satisfação pós-compra.</p> <p>Estudos longitudinais para determinar se as mudanças nos comportamentos de mídia social observadas desde o início da pandemia de COVID-19 continuarão e terão efeitos sistemáticos de longo prazo nos comportamentos de mídia social dos consumidores.</p> <p>Estudos para explorar se certos segmentos de marketing são mais influenciados pelo marketing de mídia social.</p>

17	Referência do estudo: Aguilar-Martínez, A., Bosque-Prous, M., González-Casals, H., Colillas-Malet, E., Puigcorbé, S., Esquiú, L., & Espelt, A. (2021). Social Inequalities in Changes in Diet in Adolescents during Confinement Due to COVID-19 in Spain: The DESKcohort Project. <i>Nutrients</i> , 13(5), 1577. DOI: <a href="https://doi.org/10.3390/nu13051577">https://doi.org/10.3390/nu13051577</a>		
<b>Objetivo:</b> analisar as mudanças no consumo alimentar e nos comportamentos alimentares de adolescentes do ensino médio na Espanha durante o primeiro bloqueio (março a maio de 2020). E verificar se essas mudanças variam de acordo com a qualidade da dieta dos alunos antes da pandemia de COVID-19 e com a sua posição socioeconômica percebida.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Análise estatística dos dados a través dos modelos de regressão de usando o teste chi <sup>2</sup> de Pearson e o teste exato de Fisher, e modelos de regressão de Poisson. Amostra de 303 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adolescente</li> <li>➤ Hábitos alimentares</li> <li>➤ Posição socioeconômica</li> <li>➤ Desigualdades sociais</li> <li>➤ Covid-19</li> </ul>	<p>O confinamento da Covid-19 levou a mudanças nos hábitos alimentares dos adolescentes da Catalunha Central. As principais variações são representadas pelo aumento do consumo de frutas e pela redução do consumo de refrigerantes, doces e salgados, e alimentos de conveniência.</p> <p>O estudo relatou um padrão mais irregular de distribuição de refeição. Essas mudanças estão relacionadas à percepção da posição socioeconômica dos alunos, sendo que o risco de piorar a dieta alimentar é 21% maior em adolescentes de posição socioeconômica mais desfavorecida.</p> <p>Houve mudanças de comportamentos menos saudáveis, como maior consumo de lanches entre as refeições.</p> <p>Não identificado diferenças estatisticamente significativas entre as mudanças na dieta e os padrões alimentares de acordo com a qualidade da dieta antes da pandemia de COVID-19.</p> <p>As mudanças na dieta e nos padrões alimentares foram distribuídas de forma desigual pela posição socioeconômica percebida.</p>	Desenvolver futuras políticas públicas e recomendações nutricionais que devem ser adaptadas às características dos grupos populacionais mais vulneráveis, para evitar o aumento das desigualdades nutricionais e de saúde.

18	Referência do estudo: Klaver, J., & Lambrechts, W. (2021). The Pandemic of Productivity: A Narrative Inquiry into the Value of Leisure Time. <i>Sustainability (Basel, Switzerland)</i> , 13(11), 6271. DOI: <a href="https://doi.org/10.3390/su13116271">https://doi.org/10.3390/su13116271</a>		
<b>Objetivo:</b> demonstrar como um aumento no tempo de lazer pode afetar positivamente tanto o bem-estar subjetivo, por meio de um melhor equilíbrio entre trabalho e “eu”, quanto o meio ambiente, por meio de uma mudança nas práticas de consumo.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Um estudo qualitativo por meio de Narrativas derivadas de entrevistas em profundidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Consumo Sustentável</li> <li>➤ Futuro do Trabalho</li> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Tempo de Lazer</li> <li>➤ Investigação Narrativa</li> </ul>	<p>O trabalho cria sentimentos de conexão e o sentimento que o ser humano pertence ao ambiente, no entanto, também pode criar o contrário, o que pode prejudicar a vivência do tempo de lazer</p> <p>O bloqueio da COVID-19 criou maiores oportunidades de autonomia, o que levou a mais atividades não forçadas, portanto, beneficiou a produtividade pessoal.</p> <p>Um aumento no tempo de lazer pode levar a um comportamento pró-ambiental intencional e não intencional.</p>	<p>Pesquisas com uma faixa etária mais ampla para medir a percepções sobre o efeito do tempo de lazer no comportamento pró-ambiental.</p> <p>Como uma semana de trabalho mais curta ou padrões de trabalho mais flexíveis podem mudar o comportamento insustentável e promover o comportamento do consumidor intencional e sustentável?</p> <p>Conexão entre o tempo de lazer e o comportamento sustentável intencional num ambiente pós-bloqueio e pós-pandemia.</p> <p>Consumo pró-ambiental num futuro pós pandemia.</p>
19	Referência do estudo: Saif, N., Ruan, J., & Obrenovic, B. (2021). Sustaining Trade during COVID-19 Pandemic: Establishing a Conceptual Model Including COVID-19 Impact. <i>Sustainability (Basel, Switzerland)</i> , 13(10), 5418. DOI: <a href="https://doi.org/10.3390/su13105418">https://doi.org/10.3390/su13105418</a>		
<b>Objetivo:</b> Ilustrar o provável impacto da COVID-19 no comércio internacional, explorando os efeitos das pandemias sobre os parâmetros comerciais padrão, como PIB, distância, estabilidade política e população.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Uma revisão narrativa da literatura, com utilização do modelo econométrico de equação de gravidade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Relações Políticas</li> <li>➤ Relações Internacionais</li> <li>➤ Comércio Bilateral</li> <li>➤ Aplicações do Modelo Gravitacional</li> </ul>	<p>Para otimizar a eficiência do comércio, políticas estaduais devem ser introduzidas. Por exemplo, os governos podem investir no desenvolvimento da indústria para poderem ser abastecidos por produtores locais. Da mesma forma, o estado pode introduzir iniciativas de abastecimento para o progresso industrial para apoiar o investimento em infraestrutura e impulsionar o transporte. Devido à sua importância para as exportações de petróleo e baixa produção, a educação técnica para aprimorar a indústria de produção dos países é ativamente promovida. Da mesma forma, a diversificação econômica ajudará a impulsionar o fluxo comercial e futuras negociações econômicas. Outro método potencial seria aumentar a qualidade das exportações no mesmo nível da educação técnica, o que auxilia na criação de novos padrões de comércio e na ampliação das relações comerciais.</p>	<p>As influências das pandemias no comércio bilateral aplicando o modelo de equação da gravidade padrão, tratando a COVID-19 como um choque econômico que influencia as relações macroeconômicas básicas. Considerando medidas de desempenho como desemprego, taxas de consumo, níveis de importação, exportação e inflação.</p>

20	Referência do estudo: Pérez, V., Aybar, C., & Pavía, J. (2021). COVID-19 and Changes in Social Habits. Restaurant Terraces, a Booming Space in Cities. The Case of Madrid. <i>Mathematics (Basel)</i> , 9(17), 2133. DOI: <a href="https://doi.org/10.3390/math9172133">https://doi.org/10.3390/math9172133</a>
----	---

**Objetivo:** Analisar a resposta do setor de restaurantes e os seus efeitos na paisagem urbana de Madrid.

<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Um estudo quantitativo com análise estatística dos dados	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Bloqueio</li> <li>➤ Setor de Restaurantes</li> <li>➤ Pesquisa na Web</li> <li>➤ Pesquisa Bola de Neve.</li> </ul>	<p>Durante os primeiros seis meses da pandemia, os espanhóis reduziram notavelmente o seu consumo em bares e restaurantes, havendo uma preferência para espaços exteriores para espaços interiores.</p> <p>A pandemia causou uma série de mudanças nos hábitos e comportamento dos cidadãos, que vão desde a forma como as pessoas se socializam até a forma como trabalham.</p> <p>As medidas políticas e fiscais implementadas na capital espanhola permitiram relançar o setor da hotelaria num momento muito difícil.</p>	O estudo não apresentou nenhuma sugestão de futuros estudos.

21	Referência do estudo: Russell J. Zwanka & Cheryl Buff (2021) COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of the Consumer Behavioral Shifts to Be Caused by the COVID-19 Pandemic, <i>Journal of International Consumer Marketing</i> , 33:1, 58-67, DOI: 10.1080/08961530.2020.1771646		
<b>Objetivo:</b> Rever o potencial impacto da pandemia global de COVID-19 de 2020 sobre características do consumidor, padrões de compra, comportamentos psicológicos e outras atividades de marketing. E construir uma estrutura conceitual para sugerir aos profissionais de marketing as mudanças de longo prazo que podem surgir a partir da pandemia de COVID-19 de 2020.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Revisão narrativa da literatura sobre o comportamento do consumidor na pandemia Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Coronavírus</li> <li>➤ Cortes Geracionais</li> <li>➤ Pandemia Global</li> </ul>	<p>Da pandemia Covid-19 um corte geracional pode ter surgido</p> <p>As modificações de comportamento de consumo, ocorridas no período da pandemia foram: estoques de suprimentos prioritários e de produtos de dispensa; utilização de serviços de tele-entrega para alimentação, maior isolamento pessoal; opção por não partilhar alimentos, roupas ou outros itens onde existisse possibilidade de transmissão do vírus; surgimento de um nacionalismo nas fronteiras como medida de segurança nacional que garantisse uma cadeia de suprimentos mínimos; retorno a experiências prazerosas e ao hedonismo; ondas de estresse e preocupações; alterações de integração social; manutenção do status de trabalhador para aqueles que realizaram trabalho de forma remota; aumento do status dos profissionais de linha de frente; migração de serviços de atendimento para transações online; utilização de realidade virtual para acender a lugares e espaços culturais; aprimoramento da capacidade de cozinhar e preparar a sua própria comida; uma maior preocupação com a saúde mental e física; utilização de equipamento de segurança pelos trabalhadores que atendem ao público; uma redução dos índices de poluição; adoção de uma rede de segurança mínima de renda e de acesso a saúde independente de vínculo de seguro de saúde; proibição de despejo e perdão de empréstimos; diminuição em contribuição de aposentadoria; retorno a espiritualidade; exigência de aferição de temperatura para acender a locais de circulação de pessoas; exigência de passaporte de vacina.</p>	<p>Estudos que encontrem respostas as seguintes perguntas:</p> <p>Quão duradouras são as alternativas de mercado para pedidos e entrega de alimentos que surgem durante uma emergência?</p> <p>O abastecimento alimentar dos consumidores e preferências de consumo está permanentemente mudando?</p> <p>O entesouramento de alimentos que surge numa emergência continua quando a normalidade retorna?</p> <p>Que tipos de comportamento de consumo alimentar aumenta o senso de controlo dos indivíduos numa epidemia?</p> <p>Como o comportamento de consumo alimentar impacta ou interagi com atitudes como esperança, medo e desespero?</p> <p>Pesquisadores deve considerar uma pesquisa durante a pandemia logo após a pandemia, e três a cinco anos depois, usando um ou mais cortes geracionais.</p>

22	Referência do estudo: Scott R Baker; Nicholas Bloom, Steven J Davis; Kyle Kost, Marco Sammon; Tasaneeya Viratyosin. <i>The Review of Asset Pricing Studies</i> , Volume 10, Issue 4, December 2020, Pages 742–758, <a href="https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa008">https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa008</a>		
<b>Objetivo:</b> Analisar os movimentos diários desde 1900, e o total de volatilidade do mercado de ações desde 1985. E avaliar possíveis explicações para a relação do mercado de ações a pandemia Covid-19.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Análise baseada em textos de jornais publicados sobre movimentação e volatilidade do mercado de ações.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ COVID-19;</li> <li>➤ Mercado de ações</li> <li>➤ Pandemias de Saúde</li> <li>➤ Governança; política</li> <li>➤ Mercados financeiros</li> </ul>	<p>Com a pandemia da Covid-19 as ações caíram e a volatilidade do mercado de ações disparou em todo o mundo</p> <p>Nenhum episódio anterior de doença infecciosa levou à queda diária do mercado de ações, como as oscilações provocadas pela Covid-19. As pandemias anteriores deixaram apenas leves traços no mercado de ações dos EUA.</p> <p>As restrições governamentais às atividades comerciais e o distanciamento social voluntário são as principais razões para o mercado de ações dos Estados Unidos ter reagido com muito mais força a pandemia Covid-19 do que as pandemias anteriores.</p>	A importância relativa do voluntariado, esforços de distanciamento social e restrições governamentais, bem como estudos que procuram quantificar o papel de determinadas restrições. E pesquisa sobre as reações do mercado de ações a determinadas determinações políticas durante a pandemia Covid-19.
23	Referência do estudo: Lenka Svajdova, 2021. "Consumer Behaviour during Pandemic of COVID-19," <i>Journal of International Business Research and Marketing</i> , Inovatus Services Ltd., vol. 6(3), pages 34-37, March. DOI: 10.18775/jibrm.1849-8558.2015.63.3005		
<b>Objetivo:</b> identificar as mudanças no comportamento de compra do consumidor devido à Pandemia COVID 19, com foco especial nas mudanças na forma de compra de bens como hora, local e método de compra comparado ao período "pré-covid".			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Pesquisa por questionário aplicada de forma online na região da Morávia-Silésia (República Tcheca), e análise estatística dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Fatores Externos</li> </ul>	<p>No período Covid-19 houve uma mudança no comportamento do consumidor na República Checa que ocorreu em função das restrições que foram introduzidas para reduzir a propagação da COVID-19. E um aumento do volume de vendas por meio de canais online de alimentos, drogarias, vestuários e calçados, e eletroeletrônicos.</p> <p>Também foi registado uma mudança na estrutura e frequência das compras dos produtos de alimentos e drogarias. E uma diminuição na demanda de roupas, calçados e eletrônicos.</p>	Não apresenta sugestões de futuras pesquisas.

24	Referência do estudo: Sheth, J., (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: will the old habits return or die? J. Bus. Res, 117: 280-283. Doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.059		
<b>Objetivo:</b> examinar o impacto da pandemia de Covid-19 no comportamento do consumidor			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Revisão narrativa da literatura sobre o comportamento do consumidor na pandemia Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pandemia Covid-19</li> <li>➤ Hábitos dos consumidores</li> <li>➤ Novas regulamentações para compras</li> <li>➤ Experiência do cliente</li> </ul>	<p>Mudanças demográficas, políticas públicas e tecnologia são as principais forças contextuais no desenvolvimento de novos hábitos, bem como no abandono de velhos hábitos.</p> <p>O lockdown e o distanciamento social para combater o vírus covid-19 geraram interrupções significativas no comportamento do consumidor. Todo o consumo é limitado ao tempo e ao local. Com flexibilidade de tempo, mas rigidez de localização, os consumidores aprenderam a improvisar de maneiras criativas e inovadoras. As fronteiras entre vida profissional e pessoal agora são borradas, pois, as pessoas trabalham em casa, estudam em casa e relaxam em casa. Como o consumidor não pode ir à loja, a loja tem que ir até o consumidor.</p> <p>À medida que os consumidores se adaptam à prisão domiciliar por um período prolongado, é provável que adotem novas tecnologias que facilitem o trabalho, o estudo e o consumo de maneira mais conveniente. A adoção da tecnologia digital provavelmente modificará os hábitos existentes.</p> <p>As políticas públicas também imporão novos hábitos de consumo principalmente em locais públicos como aeroportos, shows e parques públicos.</p>	<p>A improvisação para gerenciar a escassez de produtos ou serviços.</p> <p>o comportamento do consumidor sobre a natureza e o escopo da demanda reprimida.</p> <p>Estudo empírico sobre como a internet impacta a compra por impulso do consumidor, e o consumo planejado versus não planejado.</p> <p>Assimilações sociológicas e culturais das práticas de consumo.</p> <p>Pesquisa empírica com algumas proposições teóricas sobre entesouramento, fechamento das fronteiras trabalho-vida, uso das Mídias sociais numa crise são boas oportunidades para enriquecer a disciplina do comportamento do consumidor.</p>

25	Referência do estudo: Scott R Baker; Robert A Farrokhnia; Steffen Meyer; Michaela Pagel; Constantine Yannelis. <i>The Review of Asset Pricing Studies</i> , Volume 10, Issue 4, December 2020, Pages 834–862, <a href="https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa009">https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa009</a>		
<b>Objetivo:</b> explorar como o consumo das famílias respondeu ao início da pandemia da COVID-19			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Análise estatística de dados financeiros individuais em nível de transação de um site financeiro pessoal (saverLife)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poupança familiar</li> <li>➤ Finanças pessoais</li> <li>➤ Consumo</li> <li>➤ Empréstimos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Os gastos dos americanos responderam ao aumento de casos de doenças, bem como às respostas políticas implementadas por muitos governos municipais e estaduais.</li> <li>✓ Os gastos nos Estados Unidos foram radicalmente alterados pela Covid-19 numa ampla gama de categorias.</li> <li>✓ Características demográficas, como idade e estrutura familiar, provocaram maiores níveis de heterogeneidade nas respostas de gastos à COVID-19, enquanto a renda não.</li> <li>✓ Usuários de todas as orientações políticas seguiram padrões semelhantes de gastos nas fases de acumulação quando o surto viral se intensificou.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Examinar o impacto da COVID-19 usando dados de transações individuais.</li> <li>✓ Investigar como as famílias reorganizaram os gastos, mudaram de lojas físicas para lojas on-line e utilizaram liquidez e crédito.</li> <li>✓ Observar a renda em nível individual e as fontes dessa renda para analisar como os indivíduos que enfrentaram o desemprego repentino foram capazes de se substituir novos tipos de trabalho.</li> </ul>

26	Referência do estudo: <i>Kirk, C.P.; Rifkin, L.S., (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: consumer reacting, coping, and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. J. Bus. Res. 117: 124-131.DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.028</i>		
<b>Objetivo:</b> documentar alguns dos muitos padrões incomuns de comportamento do consumidor que dominaram os primeiros dias da pandemia da COVID-19.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Revisão narrativa da literatura sobre o comportamento do consumidor na pandemia Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Coronavírus</li> <li>➤ COVID-19</li> <li>➤ Pandemia</li> <li>➤ Açambarcamento</li> <li>➤ Distanciamento social</li> <li>➤ Faça Você Mesmo</li> <li>➤ Tecnologia digital</li> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> </ul>	<p>✓ Nos primeiros dias da pandemia o comportamento do consumidor passou por três fases: reagir, lidar e adaptação. Na fase de reagir houve acumulação e rejeição, na fase lidar houve comportamento de faça você mesmo e de mudar a visão de marcas, e na fase de adaptação ocorreu mudanças potencialmente transformadoras no consumo e na identidade individual e social.</p>	<p>Como as experiências virtuais e remotas do consumidor irão redefinir as expectativas, desejos e necessidades do consumidor para engajamento futuro?</p> <p>Como os consumidores mudarão o seu estilo de vida e prioridades de consumo (por exemplo, maior equilíbrio entre vida profissional, maior ou menor ênfase em trivialidades, desejo de maior independência ou interdependência)?</p> <p>Como os fatores psicológicos que surgem da COVID-19 (por exemplo, medo, ansiedade, dano moral, empatia, gratidão e até orgulho) afetarão as atitudes e comportamentos dos consumidores?</p> <p>Como evoluirão os contratos psicológicos entre consumidores e instituições?</p> <p>Que equilíbrio os consumidores e a sociedade adotarão entre segurança e privacidade?</p> <p>✓</p>

27	Referência do estudo: <i>Salma Akter; Taj Ashrafi; Victoria Waligo</i> . Changes in Consumer Purchasing Behavior Due to COVID- 19 Pandemic.. DOI: 10.7176/JMCR/77-04. Journal of Marketing and Consumer Research Vol.77, 2021		
<b>Objetivo:</b> investigar o impacto do surto da pandemia Covid-19 no comportamento de compra e consumo dos consumidores em Bangladesh/India.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Pesquisa quantitativa por questionário e análise estatística dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pandemia COVID-19</li> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> <li>➤ Modelo TPB</li> <li>➤ Compra de pânico</li> <li>➤ Compras online</li> <li>➤ Percepção de riscos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Devido à pandemia da Covid-19, e consequente crise econômica a pandemia desencadeou modificações nos hábitos de consumo em todo o mundo.</li> <li>✓ Devido ao bloqueio, distanciamento social e incertezas sobre o futuro a pandemia provocou mudanças no comportamento de compra e consumo.</li> <li>✓ A preocupação com saúde e segurança, restrições impostas, condição financeira, ambiente-pessoas ao redor e outras realidades causaram uma mudança notável no comportamento de compra do consumidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Examinar a relação entre as intenções comportamentais no tempo anterior a Covid-19, e num momento posterior.</li> <li>✓ Ampliar a pesquisa para outros países.</li> <li>✓ Aumento de amostra para identificar o comportamento de compras e consumo.</li> <li>✓ Estudo sobre alterações de compras por categorias de produtos.</li> <li>✓ Estudos sobre o comportamento de consumo nos diferentes momentos da pandemia Covid-19.</li> </ul>

28	Referência do estudo: J L Lusk; B.R. McFadden. 2021. "Consumer Food Buying during a Recession" Choices. Quarter 3. Available online: <a href="https://www.choicesmagazine.org/choices-magazine/theme-articles/agricultural-market-response-to-covid-19/consumer-food-buying-during-a-recession">https://www.choicesmagazine.org/choices-magazine/theme-articles/agricultural-market-response-to-covid-19/consumer-food-buying-during-a-recession</a>		
<b>Objetivo:</b> Compreender como os gastos com alimentos podem mudar devido a recessões.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Pesquisa quantitativa por questionário e análise estatística dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ COVID-19</li> <li>➤ Curva de Engel;</li> <li>➤ Segurança alimentar</li> <li>➤ Gastos com alimentos</li> <li>➤ Grande Recessão</li> </ul>	<p>✓ Choques negativos de renda normalmente experimentados durante recessões resultam em redução de gastos para a maioria das categorias de alimentos.</p> <p>✓ Embora os gastos com alimentos normalmente diminuam durante uma recessão, os alimentos se tornam uma das partes mais proeminentes dos orçamentos familiares.</p> <p>✓ Há heterogeneidade entre os grupos de renda antes de um choque de renda negativo, os grupos com a renda mais alta podem aumentar os gastos durante uma recessão.</p> <p>Os gastos com restaurante sofrem impactos para aquelas pessoas que sofrem queda de renda.</p> <p>O desemprego é um indicador de maior necessidade de assistência alimentar. O desemprego e a queda de renda reduzem os custos de oportunidade do tempo.</p> <p>O tempo livre durante uma recessão permite que os consumidores procurem ofertas e substitutos com preços mais baixos. O que pode permitir, que as famílias diminuam o orçamento geral de alimentos sem reduzir o número de calorias ou nutrientes consumidos.</p> <p>A COVID-19 é uma recessão incomum onde muitas famílias enfrentaram choques econômicos adversos durante a COVID-19 e outras enfrentaram mudanças na sua alocação de tempo.</p> <p>Não são apenas os gastos que podem mudar durante uma recessão, mas também a nossa relação com os alimentos, e ambos têm implicações sociais.</p>	Respostas comportamentais a choques negativos de renda ou as implicações para a saúde das mudanças nos gastos com alimentos.

29	Referência do estudo: Nur H. Orak; Khaled Alshehri; Xiaoju Chen. The Impacts on Greenhouse Gases Emission during the COVID-19 lockdown in the US: An Economic Input-Output Life Cycle Assessment,Procedia CIRP,Volume 105,2022,Pages 25-30,https://doi.org/10.1016/j.procir.2022.02.005.		
<b>Objetivo:</b> investigar os efeitos ambientais do bloqueio da COVID-19 nos Estados Unidos pela abordagem Input-Output Life Cycle Assessment (IO-LCA).			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Pesquisa quantitativa com dados de banco de dados e análise estatística dos dados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ SARS-CoV-2</li> <li>➤ Pandemia do Covid19</li> <li>➤ Meio Ambiente</li> </ul>	<p>✓ A pandemia do vírus SARS-CoV-2 (COVID-19) está causando interrupções nos setores de energia, finanças, turismo e comércio em todo o mundo. Essas interrupções são resultadas de quarentenas e bloqueios que causam reduções na produção e nos consumos. Essa mudança nas taxas de produção e consumo tem consequências ambientais.</p> <p>✓ Entre todas as categorias industriais, os serviços públicos, que incluem os setores de geração e fornecimento de energia, abastecimento de água e gás natural, tiveram as reduções mais significativas de aproximadamente 110 kt CO2-eq no primeiro trimestre e 265 kt CO2-eq no segundo trimestre de 2020. As reduções avaliadas foram resultadas tanto das reduções diretas de emissões causadas pelo desligamento de certas indústrias quanto também das reduções indiretas de emissões de indústrias <i>upstream</i>.</p>	Implementar em outras regiões o estudo

30	Referência do estudo: Leonard L Berry; Brad Stuart. "An "Essential Services" Workforce for Crisis Response." Journal of Public Policy & Marketing 40.1 (2021): 92-93. DOI: 10.1177/0743915620928111		
<b>Objetivo:</b> Reflexão sobre medidas de proteção para a força de trabalho dos serviços essenciais na crise Covid-19			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Exploratório.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabalhadores de linha de Frente</li> <li>➤ Covid-19</li> </ul>	<p>✓A melhor maneira de proteger os trabalhadores de serviços essenciais de ficarem doentes é mitigar a infecção na população em geral que eles atendem.</p> <p>✓O despreparo da América para a COVID-19 não precisa se repetir quando a próxima crise em grande escala ocorrer, seja um surto de pandêmica, um terremoto maciço, inundações, furacões ou incêndios florestais relacionados às mudanças climáticas, ou um evento que ainda não podemos prever. Mas a preparação exige um esforço conjunto do governo e das empresas para redefinir e equipar adequadamente a força de trabalho dos "serviços essenciais" para poder ser rapidamente mobilizada e coordenada nos níveis nacional e estadual. É apresentada uma proposta do conceito de uma "Aliança da Força de Trabalho de Serviços Essenciais" (ESWA) que permite que esses trabalhadores permaneçam no trabalho enquanto os protegem para poderem desempenhar as suas funções com a maior segurança possível quando ocorrerem crises.</p> <p>✓A preparação para possíveis crises de grande escala exige a criação de uma estrutura de liderança que vise evitar uma crise, se possível, ou intervir na sua fase inicial. E por usar a tecnologia para mobilizar de forma rápida e eficiente os recursos humanos e materiais</p>	Não apresenta.

31	Referência do estudo: E Pantano; G Pizzi; D Scarpi; C Dennis Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. J Bus Res. 2020 Aug;116:209-213. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.036 2020		
<b>Objetivo:</b> sintetizar os desafios que as lojas vendedoras enfrentaram durante a emergência da COVID-19, e fornece diretrizes e exemplos de como estas lojas podem lidar com essa situação sem precedentes.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Revisão narrativa da literatura sobre os desafios das lojas vendedoras durante a Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Varejo</li> <li>➤ Comportamento do consumidor</li> <li>➤ COVID-19</li> <li>➤ Emergência</li> <li>➤ Estratégia de varejo</li> <li>➤ Pandemia</li> </ul>	<p>A situação atual apresenta desafios enormes e sem precedentes, tanto para gerentes de varejo quanto para acadêmicos. O cenário do varejo e as agendas de pesquisa do varejo emergirão da crise muito alterados.</p> <p>As lojas vendedoras precisam melhorar os sistemas de gerenciamento de relacionamento com o cliente e aprimorar as interações seguras com os clientes (por exemplo, por meio de bate-papos on-line com funcionários) para fornecer assistência ao cliente em tempo real.</p> <p>As lojas vendedoras devem estar cientes da vulnerabilidade dos consumidores, necessidades especiais, tempos aceitáveis para respostas e possíveis riscos à saúde durante expedições de compras (offline), e não devem subestimar o efeito do serviço de varejo na sensação de bem-estar dos consumidores. Estas lojas devem transferir com sucesso essa consciência para comunicar aos seus consumidores o quanto eles valorizam a sua satisfação e bem-estar. Os empresários vendedores devem deixar claro que a sua prioridade é garantir a segurança e a saúde dos consumidores, não o lucro, enquanto fornecem os produtos de que precisam num período razoável.</p> <p>Os empresários vendedores precisam entender como os seus <i>stakeholders</i> (ou seja, consumidores, fornecedores, funcionários etc.) interagem. Isso ajudaria a reduzir os tempos de resposta e simplificar os processos.</p>	<p>Como as lojas tradicionais vão (e devem) parecer e se comportar quando a pandemia acabar.</p> <p>As estratégias e táticas para lojas vendedoras, e acadêmicos para atender as necessidades dos consumidores</p>

32	Referência do estudo: Liu, Z; Ciais, P; Deng, Z; Lei, R; Davis, S J; Feng, S; Zheng, B; Cui, D; Dou, X; He, P; Zhu, B; Lu, C; Ke, P; Sun, T; Wang, Y; Yue, X; Wang, Y; Lei, Y; Zhou, H; Cai, Z; Wu, Y; Guo, R; Han, T; Xue, J; Boucher, O; Boucher, E; Chevallier, F; Wei, Y; Zhon, H. Covid-19 causes record decline in global CO2 emissions. arXiv:2004.13614 [econ.GN]. <a href="https://doi.org/10.1038/s41467-020-18922-7">https://doi.org/10.1038/s41467-020-18922-7</a>		
<b>Objetivo:</b> traduzir a emissão diária de CO2 com um inventário baseado na atividade de geração de energia (para 29 países), indústria (para 73 países), transporte rodoviário (para 406 cidades), transporte aéreo e marítimo, e emissões dos setores comercial e residencial (para 206 países).			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Estudo quantitativo com análise de dados estatísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Emissão de CO2</li> </ul>	<p>A considerável cessação das atividades humanas durante a pandemia de COVID-19 afetou o uso global de energia e emissões de CO2.</p> <p>Ainda não está claro em que medida as emissões anuais de CO2 continuarão a ser afetadas pela Pandemia de COVID-19, que dependerá da eficácia e rigor das políticas públicas de saúde e a recuperação das economias e atividades humanas em todo o mundo.</p> <p>Com base na atividade quase em tempo real e dados de emissões, foi estimado uma redução de 7,8% das emissões globais de CO2 nos primeiros 4 meses de 2020, a maior proporção de queda já registada, maior do que durante a crise económica de 2009. No entanto, tal redução tem impactos muito limitados na concentração global de CO2, com a partes por milhão (ppm) de moléculas de concentração de CO2 diminuiram apenas 0,13 ppm (a atual concentração de CO2 é de 416ppm), dado que 1 parte por milhão de CO2 atmosférico é equivalente a 2,13 Giga toneladas de Carbono.</p> <p>A rápida recuperação observada de CO2 na China e a reabertura da economia globalmente, a taxa anual de redução de CO2 deverá ser inferior a 8%, mas as tendências de longo prazo ainda são desconhecidas.</p> <p>No entanto, dados os impactos negativos no setor da indústria intensiva em carbono, como a produção do cimento, inferimos melhorias na relação de intensidade de emissão (emissões de CO2 por unidade do PIB) na China (3,5%), EUA (4,5%) e Europa (1,8%), embora essa melhora seja a consequência do maior custo já pago pela redução de 1t de CO2 - entre 1k e 10k US\$ por tonelada, ainda sugerindo uma oportunidade única para investimentos verdes e desenvolvimento de baixo carbono nos próximos anos, para os quais serão urgentemente necessários esforços globais concentrados.</p>	Continuação do estudo.

33	Referência do estudo: Hacıoglu Hoke, Sinem and Känzig, Diego R. and Surico, Paolo, Consumption in the Time of Covid-19: Evidence from UK Transaction Data (May 2020). CEPR Discussion Paper No. DP14733, Available at SSRN: <a href="https://ssrn.com/abstract=3603964">https://ssrn.com/abstract=3603964</a>		
<b>Objetivo:</b> Para avaliar o impacto das medidas protetivas ao contágio da Covid-19, e o efeito da incerteza associada a pandemia.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Método quantitativo com análises estatísticas de transações de uma empresa de tecnologia financeira, a empresa Money Dashboard sobre o consumo das famílias britânicas durante a crise Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Acesso ao financiamento</li> <li>➤ Despesa</li> <li>➤ Receita</li> <li>➤ Indicadores em tempo real</li> </ul>	<p>Foi documentado um declínio de 40% a 50% nos gastos das famílias britânicas durante a crise da Covid-19.</p> <p>A queda está concentrada em serviços como varejo, restaurantes e transporte. O aumento inicial nas compras on-line e compras de mantimentos foi posteriormente revertido.</p> <p>As reduções de renda tornaram-se muito mais frequentes, com um declínio médio em torno de 30%.</p> <p>A proporção de mutuários que enfrentam problemas de financiamento aumentou significativamente para empréstimos garantidos e não garantidos.</p> <p>O consumo e a desigualdade de renda aumentaram, com os grupos economicamente mais vulneráveis experimentando o maior declínio percentual.</p>	<p>Buscar soluções buscar criativas para problemas sem precedentes.</p>

34	Referência do estudo: Abbas AM, Kamel MM. Dietary habits in adults during quarantine in the context of COVID-19 pandemic. <i>Obes Med.</i> 2020 Sep;19:100254. doi: 10.1016/j.obmed.2020.100254		
<b>Objetivo:</b> Apresenta uma reflexão sobre como viver bem e se manter saudável no enfrentamento da pandemia.			
<b>Métodos de Análise</b>	<b>Palavras-Chave</b>	<b>Principais resultados</b>	<b>Sugestões de futuros estudos</b>
Exploratório	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dieta</li> <li>➤ Quarentena</li> <li>➤ COVID-19</li> </ul>	<p>A pandemia de COVID-19 leva a condições de estresse que podem causar uma mudança dramática nos hábitos alimentares.</p> <p>A necessidade de viver bem e manter-se saudável é agora uma prioridade. As recomendações são:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comer uma dieta bem equilibrada, focada em frutas, legumes, grãos, proteínas vegetais e animais, e gorduras saudáveis.</li> <li>- Manter uma boa hidratação.</li> <li>- Manter uma rotina diária com horários para refeições regulares.</li> <li>- Minimizar o risco de doenças transmitidas por alimentos e higiene.</li> <li>- Planejar o tempo para atividades físicas regulares.</li> <li>- Manter uma boa qualidade de sono.</li> </ul> <p style="text-align: center;">✓</p>	<p>Não apresenta.</p>

35	Referência do estudo: H Carmo, 2020 Os efeitos da pandemia Covid19 e a educação para a cidadania, in F Negreiro; J Cardoso (coordenação), 2020, Reflexões sobre Psicologia e Educação no contexto da pandemia no Brasil e em Portugal, Piauí, Universidade Federal do Piauí/UFPI – EDUFPI, no prelo		
<b>Objetivo:</b> apresentar uma reflexão sobre os efeitos da pandemia na educação para a cidadania.			
Métodos de Análise	Palavras-Chave	Principais resultados	Sugestões de futuros estudos
Reflexão exploratória	Artigo no prelo, não identificado pelos autores palavras-chave.	<p>Os três efeitos positivos de resposta geral à pandemia foram:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ permitiu criar um maior discernimento sobre a realidade, assente em evidências científicas e numa participação esclarecida e não em preconceitos (pré-conceitos) alienantes;</li> <li>✓ permitiu um maior debate sobre os valores orientadores das decisões, denunciando os falsos ídolos (ter, poder e parecer), apregoados pelas correntes fundamentalistas, populistas e autoritárias; e</li> <li>✓ obrigou a um maior escrutínio sobre as práticas individuais e coletivas, constringendo-as a pautar-se por critérios de maior responsabilidade social.</li> </ul> <p>Os dois desafios inesperados resultantes da pandemia para o ensino superior formam:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ o desafio da valorização do ensino à distância (EaD), como meio complementar ou mesmo, em circunstâncias particularmente adversas, como alternativa, para a promoção de uma educação superior de qualidade; e</li> <li>✓ o desafio da valorização da educação para a cidadania como instrumento de empoderamento individual e coletivo para enfrentar cisnes negros, isto é, situações inesperadas e de grande impacto, causadoras de anomia.</li> </ul> <p>Salienta quatro aprendizagens propiciadas pela pandemia. Estes ensinamentos são:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ uma atitude mais consciente de “escuta do real” sem preconceitos, de modo a podermos discerni-lo com maior clareza e a sermos mais tolerantes e respeitadores, na relação com os decisores e com os concidadãos, eles próprios, vítimas da incerteza que nos envolve.</li> <li>✓ os problemas complexos só podem ser enfrentados com êxito coletivamente, por pessoas autónomas, solidárias e socialmente responsáveis, ou seja, por cidadãos de corpo inteiro.</li> <li>✓ a educação tem um papel indispensável, que deve ser assumido como dever cívico de se constituir como laboratório científico, pedagógico e cívico para a construção de uma sociedade pacífica, desenvolvendo os níveis de bem-estar, de resiliência e de sustentabilidade.</li> <li>✓ o ensino a distância, combinado com o ensino presencial em modelos de geometria variável, constitui um modelo eficaz e eficiente, desde que aprendentes, ensinantes, gestores e políticos o queiram, e obtenham a formação adequada para o implementar.</li> </ul>	<p>Apresenta sugestões de práticas educativas para promover a resiliência a cisnes negros, e que visam fortalecer uma estratégia global de educação para a cidadania. Estas sugestões são: autonomia como linha de frente, a solidariedade como principal instrumento para cerzir uma sociedade resiliente, a otimização da diversidade na construção de uma sociedade resiliente e, a democracia como meta e como método de enfrentar cisnes negros.</p>

**Extrato dos Livros Analisados**

<b>Referência Bibliográfica</b>	<b>Síntese do conteúdo abordado</b>	<b>Palavras-Chaves</b>
<p>Santos, Boaventura de Sousa. A cruel pedagogia do vírus. Coimbra: Edições Almedina, abr. 2020.</p>	<p>Análise interpretativa da crise vivenciada pela pandemia Covid-19 na atual conjuntura socioeconómica.</p> <p>Esta obra relata a ineficiência do atual sistema para resolver os problemas de desigualdades provocados pela fragilidade do Estado, analisa os danos causados pela Covid-19 as minorias, e apresenta alternativas, viáveis de mudança de relacionamento com o ambiente, oriundas do aprendizado possibilitado pela vivência da crise da pandemia Covid-19.</p> <p>A obra contempla uma reflexão sobre o aprendizado deixado pela pandemia. Assinalando que a Covid-19 deixará rastro nas zonas de invisibilidade onde a diversidade e as diferenças prevalecem tende a aumentar consideravelmente na pós-pandemia.</p> <p>Quanto aos problemas anteriores a pandemia, Santos entende que estes continuaram a existir e novos problemas surgirão devido ao aumento da pobreza pela Covid-19. E alerta que a pobreza somente terá fim quando existir a separação entre os processos políticos e civilizatórios que primem por valores mais humildes da sociedade.</p> <p>Para o autor, o período pós-pandemia deve ter uma perspectiva de “além do normal”. E nesta perspectiva a vida deve ser valorizada, sendo necessário um novo paradigma de regulação de uma sociedade moderna, onde Estado, mercado e comunidade priorizem a preservação do meio ambiente.</p>	<p>-Covid-19</p> <p>- Problemas enfrentados</p> <p>- Lições apreendidas com a pandemia.</p>

Referência Bibliográfica	Síntese do conteúdo abordado	Palavras-Chaves
<p>Borges, Marina Aulicínio; Silva, Luís Ricardo E quem não parou? histórias de trabalhadores que não pararam durante a maior crise sanitária do século. Bauru- São Paulo Universidade Estadual Paulista (Unesp), 2022. Disponível em: &lt;<a href="http://hdl.handle.net/11449/217623">http://hdl.handle.net/11449/217623</a>&gt;.</p>	<p>A obra contempla histórias de trabalhadores brasileiros que exerceram as suas atividades laborais durante o período da pandemia da Covid-19.</p> <p>Por meio de uma narrativa de perfil são apresentados o registo de reportagens de trabalhadores que não puderam fazer isolamento social durante a pandemia.</p> <p>O estudo teve por objetivos mostrar as realidades dos profissionais a partir de uma perspectiva humana e fiel, e propiciar uma reflexão sobre as desigualdades sociais e económicas que assolam o Brasil.</p> <p>Seis são as profissões retratadas no livro. Para cada profissão o trabalhador regista a sua história de como começou a exercer a profissão e os problemas enfrentados e a sua história profissional. As profissões retratadas são: empregada doméstica, vendedor ambulante, porteiro, entregador “<i>delivery</i>”, motorista de aplicativo e enfermeira.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabalho informal</li> <li>➤ Covid-19</li> <li>➤ Coronavírus</li> <li>➤ Perfis</li> <li>➤ Jornalismo</li> <li>➤ Trabalho formal</li> <li>➤ Pandemias</li> </ul>