

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

MARIA BEATRIZ DE SOUZA LIMA

**A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RETORNO ÀS ATIVIDADES DE
LAZER EXTERNAS NO CARIRI DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO
SOCIAL PELA COVID-19**

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2021

MARIA BEATRIZ DE SOUZA LIMA

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RETORNO ÀS ATIVIDADES DE LAZER EXTERNAS NO CARIRI DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL PELA COVID-19

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Prof. Me. Tiago Deividy
Bento Serafim

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2021

MARIA BEATRIZ DE SOUZA LIMA

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RETORNO ÀS ATIVIDADES DE LAZER EXTERNAS NO CARIRI DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL PELA COVID-19

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso de MARIA BEATRIZ DE SOUZA LIMA.

Orientador: Prof. Me. Tiago Deividy Bento Serafim

Data da Apresentação: 09/12/2021

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. Tiago Deividy Bento Serafim

Membro: Prof. Me. Italo Emanuel Pinheiro de Lima

Membro: Prof. Me. Alex Figueirêdo Da Nóbrega

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2021

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RETORNO ÀS ATIVIDADES DE LAZER EXTERNAS NO CARIRI DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL PELA COVID-19.

Maria Beatriz de Souza¹
Tiago Deividly Bento Serafim²

RESUMO

A presente pesquisa buscou compreender a possível influência das redes sociais no retorno as atividades de lazer externas no Cariri, através de questionário online disponibilizado no Google Forms, este que contou com a participação de 208 sujeitos caririenses, usuários de redes sociais e maiores de 18 anos. Foi possível, a partir dessa pesquisa, coletar dados relevantes sobre o uso de redes sociais durante o período de isolamento social, além de tornar viável a observação dos hábitos de lazer dos sujeitos de pesquisa participantes. A maior parte dos sujeitos de pesquisa foram jovens até 24 anos (63%) que usam as redes sociais por mais de 4 (quatro) horas por dia (47,6%). A partir dos dados coletados foram criadas quatro categorias, cada uma com 3 diferentes variáveis que se agruparam a partir da redução dos fatores feita no Pacote Estatístico para Ciências Sociais (IBM SPSS v. 20), e estas foram correlacionadas entre si em correlação de Pearson e também, na mesma análise de correlação de Pearson, foram vistas ao lado das variáveis sociodemográficas de idade e atividades laborais. Algumas variáveis relevantes, relevância esta que foi definida partindo dos objetivos da pesquisa, foram correlacionadas através de tabulação cruzada. Importante ressaltar, por fim, que todos os dados aqui estão contextualizados no período de isolamento social, e que todas as respostas ao questionário aplicadas partem do pressuposto que está é a forma como cada um dos participantes perceberam cada situação questionada.

Palavras-chave: Lazer, redes sociais, COVID-19.

ABSTRACT

This research searched to understand the possible influence of social medias on the return to outdoor leisure activities in Cariri, through an online questionnaire available on google forms, which had the participation of 208 individuals from Cariri, users of medias and with more than 18 years. Based on this research, it was possible to collect relevant data on the use of social medias during the social isolation period, in addition to making it possible to observe the leisure habits of the participating research subjects. Most of the subjects were young people up to 24 years old (63%) who use social medias for more than 4 (four) hours a day (47.6%). After data collected, four categories were created, each with 3 different variables that were grouped from the reduction of factors made in the SPSS Statistics software, and these were correlated with each other in Pearson's correlation and also in the same correlation analysis of Pearson, were seen alongside the sociodemographic variables of age and work activities. Some relevant variables, relevance that was defined based on the research objectives, were correlated through cross-tabulation. Finally, it is important to emphasize that all data here are contextualized in the period of social isolation, and that all responses to the applied questionnaire assume that this is how each of the participants perceived each questioned situation.

Keywords: Leisure, social medias, COVID-19.

¹Discente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: perceberpsi@gmail.com

²Docente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: tiagodeividly@leaosampaio.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Já é sabido o quanto as redes sociais vêm tomando espaço na vida cotidiana. O que antes no *online* era restringido a uma pequena parcela de lazer da população hoje é parte de quase 24 horas na vida de muita gente, ocupando espaço de trabalho, estudos e afins, e isso tudo se intensificou ainda mais no momento de pandemia pelo COVID-19 e o distanciamento social.

O lazer está presente na vida de todas as pessoas e é uma área que impulsiona a qualidade de vida, promovendo equilíbrio e bem estar no corpo. Apesar das diversas áreas que impactam no tipo de lazer, como classe social, região e cultura, os efeitos benéficos deste é o mesmo. Os objetivos de procura do lazer também podem ser diferentes, como buscar por mais conhecimento ou prazer (JUNIOR, SFERRA & BOTDETCHEER, 2010).

No início do período de isolamento social existia um argumento muito forte em prol do fim da quarentena que era sobre a importância da retomada nas atividades de trabalho, com a preocupação econômica dos indivíduos e do país. Iamarino, doutor em microbiologia pela USP, em entrevista para BBC News (2020) afirmou que a preocupação com a economia era válida, mas completa que “quem ainda está pensando em não deixar a economia atual desandar, na verdade, está tentando resgatar um mundo que não existe mais. Que é o mundo de janeiro de 2020”. Após o fim da quarentena, com as pessoas trabalhando mas com imposições de limites nas atividades de lazer, o argumento é de que as pessoas não podiam ficar trancadas em casa sem diversão.

Sabendo então da importância do lazer para saúde da população, e entendendo que esta foi uma das principais privações durante o período de isolamento social, essa pesquisa buscará resposta para a seguinte pergunta: Qual a percepção dos moradores da região do Cariri sobre a influência das redes sociais para o retorno das atividades de lazer externas?

Esse trabalho se faz importante a partir do desejo de contribuir com os estudos de psicologia das massas no contexto de pandemia, entendendo os impactos que um aplicativo de rede social pode ter em um cenário de crise sanitária. Pretendeu-se, como desfecho deste trabalho, entender se as pessoas moradoras na região do Cariri percebem de forma direta ou indireta que as fotos postadas nas redes sociais influenciaram na retomada das atividades de lazer dos usuários, diminuindo o alerta do perigo e incentivando as pessoas a baixarem a guarda no cuidado contra o COVID-19. Essa hipótese pôde ser vista como real ou não através das análises das respostas ao formulário. Foi possível associar variáveis e considerar a opinião do sujeito de pesquisa, como é possível na pergunta fechada "As redes sociais que você usa

podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?" ou em "Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?". Esta pesquisa é empírica e quantitativa, e foi realizada de maneira online, através de questionário no Google Forms, no que foi possível alcançar 208 pessoas carirenses. O questionário foi divulgado em redes sociais como whatsapp, instagram e facebook.

A finalidade deste trabalho então é investigar através de questionário *online* a percepção das pessoas moradoras da região do Cariri sobre a possível influência das redes sociais no retorno às atividades externas de lazer durante o período de pandemia. Além disso, esse estudo pesquisou sobre a frequência de lazer externo dos participantes antes e durante a pandemia do COVID-19. Reuniu dados sobre os hábitos de uso de redes sociais dos participantes da pesquisa antes e durante a pandemia do COVID-19 e ampliou a discussão sobre o impacto do isolamento social no bem estar da população Caririense.

O referencial teórico desse trabalho exigiu a abordagem de considerável quantidade de tópicos em função da contextualização dos principais conceitos e temas que fundamentam este trabalho. Desta forma, alguns destes conceitos e temas foram utilizados para introduzir algum outro tema mais complexo.

2 FATORES PSICOLÓGICOS E SOCIAIS QUE FUNDAMENTAM ESTA PESQUISA

2.1 ISOLAMENTO SOCIAL E SAÚDE MENTAL

Em março de 2020, a decisão de declarar o Corona Vírus como um vírus pandêmico se deu por ter em vista o aumento exponencial do número de casos ao redor do mundo (DESLANDES; TIAGO, 2020). A resposta à pandemia adotada pelas nações pode subdividir-se em quatro fases: contenção, mitigação, supressão e recuperação (WERNECK; CARVALHO, 2020). A fase de supressão é a que justifica um isolamento mais radical. Entretanto, apesar das medidas mais rígidas oportunizarem que os serviços de saúde se restabeleçam, geram impactos na economia, nas relações sociais e na saúde mental na população (WERNECK; CARVALHO, 2020).

Duas das principais medidas de segurança em decorrência ao COVID-19 são as atitudes de distanciamento e isolamento social. Esta primeira diz respeito a evitar aglomerações e manter a distância de pelo menos 1,5m entre pessoas, no objetivo de reduzir a interação de indivíduos de uma comunidade. O isolamento social, em um tom mais severo, é aplicado sempre em adoecidos mas também pode ser aplicada ao público geral, por meio de

decreto, e se refere à medida de quarentena, mantendo o mínimo contato com outras pessoas e saindo apenas para serviços essenciais, com objetivo de reduzir a transmissão do vírus (AQUINO *et al.*, 2020).

Evidentemente, o maior combate é contra o vírus e o enfoque está concentrado na saúde física das pessoas. Desta forma, os impactos do momento pandêmico e das medidas do isolamento social na saúde mental dos indivíduos é relegado, muitas vezes, a segundo plano (ORNELL *et al.*, 2020). Entende-se que a saúde mental é primordial para nossa habilidade coletiva e individual, pois as pessoas pensam, se emocionam, interagem entre si, ganham e desfrutam a vida (PEREIRA *et al.*, 2020), desta forma a ausência de saúde mental pode gerar sérias implicações na qualidade de vida dos indivíduos. Diante da situação estressante que envolve o medo gerado pela COVID-19 e a distância dos familiares que vem em consequência as medidas de isolamento, estima-se que um terço ou metade da população mundial apresente algum tipo de transtorno mental, manifestando-se conforme a força do evento e o estado de vulnerabilidade social (PEREIRA *et al.*, 2020).

As medidas de distanciamento e isolamento social, então, implicam diretamente na qualidade de vida e saúde dos humanos, indivíduos sociais. Logo no início da pandemia por COVID-19 foi exposta em uma matéria do jornal G1 (2020), uma pesquisa com 1.511 pessoas da Datafolha feita em abril de 2020, em que 76% das pessoas apoiavam as medidas de distanciamento social, mas uma porcentagem destas (um quarto) relatavam sobre a necessidade de saírem para trabalhar e realizar outras atividades.

Todas as pandemias são geradoras de forte impacto social, econômico e político. Maia e Dias (2020) observam que a maior parte deste impacto aponta para efeitos psicológicos negativos, principalmente em termos de confusão, raiva e até estresse pós-traumático.

“[...] alguns desses efeitos mantiveram-se num período de tempo mais alargado. Dentre os principais fatores de estresse identificados, sobressaem o efeito da duração do período de quarentena, os receios em relação ao vírus ou à infeção, a frustração, a diminuição de rendimentos, a informação inadequada e o estigma” (MAIA & DIAS, 2020 p. 2).

2.2 LAZER E SAÚDE MENTAL

O lazer é de muita importância na vida dos indivíduos, com ênfase em trabalhadores e não deve ser um elemento menor no centro cultural. Carmargo (1989 apud GONÇALVES, HERNANDEZ; RONCOLI, 2018) entende que o lazer é compensatório por promover desenvolvimento e a liberação das tensões sociais.

Em seu conceito, entende-se que o lazer é um fenômeno social, que tem influências culturais e sociais, e que por definição não está relacionado apenas com “o tempo que sobra do trabalho”. Esta área essencial da vida pode ser observada no tempo livre das obrigações, sejam elas profissionais, religiosas, domésticas ou decorrentes das necessidades fisiológicas (MELO; JUNIOR, 2012).

A importância do lazer é ainda explorada por Requixa (1974 apud GONÇALVES, HERNANDEZ; RONCOLI, 2018) ao demonstrar que:

“[...] este atua como um instrumento de desenvolvimento capaz de contribuir para o bem-estar do capital humano. É partindo de práticas sociais de lazer que o indivíduo pode solucionar ou prevenir problemas relacionados ao trabalho, à família e à política por meio de recompensas psicossomáticas (prazer, realização e satisfação)” (REQUIXA, 1974 APUD GONÇALVES, HERNANDEZ & RONCOLI, 2018, p.14).

Ao assimilar que o cotidiano moderno é demarcado por uma jornada de trabalho, que para a maioria das pessoas ocupa a maior parte das horas de seu dia, podemos entender como os momentos de lazer se fazem importantes. Os momentos de lazer representam a busca pelo prazer, embora o prazer não deva ser compreendido como exclusividade de tais atividades e estas são vivências no tempo livre de obrigações como o trabalho e estudo (MELO; JUNIOR, 2012).

2.2 NOÇÃO DE GRUPO, CONCEITO DE PERCEPÇÃO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Myers (2014) define como grupo um conjunto de duas ou mais pessoas que, por mais que alguns instantes, interagem e se influenciam mutuamente e se percebem como “nós” (p. 217). Nos estudos sobre a influência que um grupo mutualmente pode ter entre seus indivíduos, foi percebido que a excitação social facilita respostas dominantes, quer essas sejam “certas” ou “erradas” ((MYERS, 2014). Ou seja, a presença de outras pessoas agindo de certa maneira provoca excitação - gera influência - o que fortalece respostas dominantes, realçando comportamentos fáceis e enfraquecendo comportamentos difíceis (MYERS, 2014). No contexto dessa pesquisa o comportamento difícil é o de se manter em estado de isolamento social, seguindo as recomendações de isolamento nos cuidados pela COVID-19; e o comportamento fácil é o de buscar o alívio momentâneo de sair de casa e relaxar em busca de lazer, que é uma necessidade para o bem estar do ser humano.

O entendimento sobre percepção será de fundamental importância para o desenvolvimento deste trabalho. O conceito de percepção a que nos interessa e que será

considerado no decorrer desta pesquisa é o utilizado por Dalgalarrodo, onde esse fator é definido como “a tomada de consciência do estímulo sensorial, ou seja, a transformação da sensação em um fenômeno perceptivo consciente” (2019, p. 105). É a partir deste entendimento que foram compreendidas as respostas dos participantes da pesquisa, entendendo que estas foram dadas a partir da percepção destes.

Quando é falado sobre o conceito de percepção está em consideração também o referencial sobre representações sociais, tendo como autor Moscovici (2015), onde é possível compreender que estas representações atravessam a todos os sujeitos existentes, todas as consciências, e estas representações sociais devem ser vistas como um ambiente, uma certa atmosfera em relação ao indivíduo ou ao grupo (MOSCOVICI, 2015). A representação social sobre algo pode unir os indivíduos que são atravessados por tal representação, formando um grupo. Ainda sobre o conceito de percepção, Moscovici descreve que “nossas faculdades individuais de percepção e observação do mundo externo são capazes de produzir conhecimentos verdadeiros, enquanto fatores sociais provocam distorções e desvios em nossas crenças e em nosso conhecimento de mundo (MOSCOVICI, 2015, p. 169).

Como mencionado pelo próprio Moscovici (2015), para analisar uma situação em particular, como é o caso dessa pesquisa que se faz em entender melhor um fenômeno social, é necessário conhecer o que essa situação social é e o que ela significa. Foram estes passos que foram seguidos até o momento nesta pesquisa, quando foi descrito o conceito de lazer, o conceito de percepção e toda a contextualização que foi descrita.

2.3 USO DE REDES SOCIAIS E PSICOLOGIA DAS MASSAS

As redes sociais, já tão populares, passaram a ser ainda mais utilizadas no período de isolamento social da pandemia do COVID-19. Esses aplicativos de socialização oferecem aos sujeitos novos espaços de pertencimento, reconhecimento e relacionamento social (LIMA *et al.*, 2016). O estudo “Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19” analisou o conteúdo de 67 milhões de postagens por 62 dias e constatou que houve um aumento de 24% de uso do aplicativo Twitter no primeiro trimestre de 2020 (XAVIER *et al.*, 2020).

No uso das redes sociais há de fato diversos benefícios, como a possibilidade de estreitar as fronteiras e facilitar a vida das pessoas; mas é também importante destacar que o uso excessivo pode trazer prejuízos como o uso problemático da internet, o vício em tecnologia ou dependência de celular e internet (FONSÊCA *et al.*, 2018).

Nos aplicativos de comunicações sociais uma das principais atividade propostas é apresentar um “eu” social com objetivo de interação. Como citado por Deslandes e Coutinho (2020):

“A partir de plataformas como Instagram, Twitter, Facebook, Tinder, etc. observa-se que a sociabilidade mediada pelo mundo digital depende da forma que o “eu” irá se apresentar para os “outros”, os quais se presentificam de diversas maneiras no discurso construído por este “eu” digital” (DESLANDES; COUTINHO, p. 2480 2020).

É relevante perceber então o quão se faz importante o posicionamento do “eu” no ambiente digital em um viés de entender a necessidade de exposição desse “eu”.

Na leitura de “psicologia das massas e análise do eu”, Freud fala sobre a massa sobrepor o indivíduo. A estrutura psíquica que se desenvolveu de modos tão diversos nos indivíduos se dissolve e se torna uma só. Os desejos da massa se sobrepõem aos desejos do indivíduo. Freud ainda descreve que ela é extremamente influenciável e acrítica, e que vai prontamente a extremos e certezas (FREUD, 1990).

Ao dissertar sobre as condições para formação de uma massa com membros aleatórios, Freud, com influência de McDougall (1920), menciona fatores como ter interesse em um objeto ou objetivo em comum, uma orientação afetiva semelhante em determinada situação, ou seja, uma espécie de ideal e um grau de capacidade de influenciar uns aos outros (FREUD, 1990). Vale então refletir se estes não são, em grande parte, compartilhados por usuários das redes sociais que estão em uma mesma bolha – algoritmo?

O livro continua descrevendo sobre o potencial do afeto na massa, este que se sobrepõe ao olhar crítico individual, e é a partir disso que acontece a atuação da coerção, que obriga o sujeito a fazer como ou concordar com atitude da massa. “Esse mecanismo de intensificação do afeto é favorecido por algumas outras influências que se originam da massa. Ela produz no indivíduo uma impressão de poder ilimitado e perigo indomável.” (FREUD, 1990, p. 26).

Arão (2021) traz a leitura de Psicologia das Massas junto à perspectiva atual das redes sociais. Em suas palavras:

“Junto com o muro do recalque, também desaba o senso crítico que permite analisar e ponderar as ideias. O indivíduo torna-se, assim, mais facilmente condutível. Através da sugestão e do contágio, a pessoa torna-se uma espécie de autômato, programável como alguém em estado hipnótico” (ARÃO, 2021, p. 193).

Através dos estudos sobre as massas com as leituras de Arão (2021) e Freud (1990), compreendemos que os indivíduos que passam a fazer parte da “alma coletiva” perdem a

noção de perigo, ignorando os riscos. Esse movimento é muito semelhante ao que aconteceu nas redes sociais no período de isolamento rígido pela COVID-19, onde as pessoas, apesar de conscientes das implicações sérias à saúde que o corona vírus pode causar, escolhiam sair a lazer sem qualquer cuidado ao vírus, gerando aglomerações, e as redes sociais se manteve todo o tempo sendo usada para registros e postagens desses momentos de lazer.

Sabemos então que a massa perde a noção de riscos e não segue uma lógica (FREUD, 1990). Como mencionado por Queiroga, Barone e Costa (2016) o que podemos concluir a partir disso então é que:

“[...] argumentos lógicos e fundamentos teóricos de nada servem para modificar a estrutura da massa, pois seus membros compreendem apenas argumentos que fortalecem a ligação estabelecida entre si. Não há outra lógica, não há negociação. Assim, a saída talvez esteja na escuta de seus desejos” (QUEIROGA, BARONE & COSTA, 2016, p. 124).

Desta forma, nas massas, pode acontecer com facilidade que esta seja motivada pelos seus desejos reprimidos (FREUD, 1990). Como já foi falado anteriormente, o lazer é uma necessidade essencial para saúde do ser humano, então este é desejado para manutenção do bem estar. Com as restrições geradas pelo isolamento social, este é um desejo que passa a ser reprimido. Entende-se então, que nesta situação descrita, o lazer externo é o laço libidinal entre esta massa nas redes sociais, ou seja, o ponto de ligação entre estes (QUEIROGA; BARONE; COSTA, 2016).

Complementar a este pensamento, Moscovici nos diz, como resultado de suas pesquisas, que a maioria das pessoas prefere explicações populares a explicações científicas; “as pessoas aceitam acima de tudo aqueles fatos ou percebem aqueles comportamentos que confirmem suas crenças habituais” (MOSCOVICI, 2015, p. 168).

No contexto de redes sociais, as informações são produzidas e reproduzidas de maneira rápida e instantânea, de modo que supera os meios tradicionais de mídia (SANTOS; OLIVEIRA, 2013). É importante ressaltar que as redes sociais, através de suas postagens, podem gerar um efeito pirâmide ou cascata, como descrito por Santos e Oliveira, ao qual se refere a este como ‘determinado pela ação individual de atores e que evidenciam o grande potencial dessas redes’. As informações são produzidas de forma extremamente rápida ou mesmo instantânea, em tempo real, conseguindo superar os meios tradicionais de mídia (SANTOS; OLIVEIRA, 2013). Isto implica em usuários que vendo outros usuários confortáveis postando fotos em grandes grupos durante o período de isolamento social, se

sentiram igualmente confortáveis, num processo de dessensibilização aos riscos do COVID-19.

3 METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de levantamento de campo, esta que pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não (VERGARA, 2009, p.49). A pesquisa caracterizada como de campo se faz importante neste presente trabalho por seus objetivos, entendendo que esta pode possibilitar o contato direto com as pessoas, em um espaço para conhecer seus comportamentos, atitudes, opiniões, crenças e valores, além de possibilitar a obtenção de uma grande quantidade de dados em curto espaço de tempo, com custos relativamente baixos e tendo resultados com razoáveis níveis de precisão (GIL, 2018).

Para coleta de dados, foi elaborado um questionário online no site Google Forms, que conta com dezesseis perguntas fechadas, disponibilizado em <https://forms.gle/AfiSMpJGr613bqoJ8> (anexo 1). O formulário foi divulgado nas redes sociais, tais como o Whatsapp, Instagram e Facebook, e as respostas foram recebidas durante um mês, estas que após o recebimento começaram a ser analisadas no *software IBM SPSS*.

A natureza desta pesquisa é quantitativa com grade fechada. Quanto aos fins da pesquisa, é de cunho de pesquisa quantitativa descritiva, a qual busca delinear ou analisar as características de fatos ou fenômenos; os estudos aqui podem ser feitos por controle estatístico, com a finalidade de fornecer dados para a verificação de hipóteses (LAKATOS; MARCONI, 2021). A exploração do tema foi feita através de artigos relacionados ao assunto e buscados pelos sites Scielo e Pepsic, além de conteúdo teórico buscado em livros.

3.1 PARTICIPANTES

Essa pesquisa coletou respostas de 208 participantes, tendo como critério de inclusão que estas pessoas tivessem idade acima de 18 anos, de ambos os sexos, moradoras da região do Cariri, no Ceará, que usem redes sociais e que aceitassem participar da pesquisa. A amostra ocorreu por conveniência. A pretensão do tamanho amostral previa aumentar a possibilidade de abranger diferentes classes e grupos sociais a pesquisa. Não foi considerada a resposta de nenhum sujeito com menos de 18 anos- mesmo que more na região do Cariri. As respostas ao questionário de pessoas não morador(a)s da região do Cariri, mesmo com idade

superior a 18 anos também se caracterizou como critério de exclusão. As respostas de pessoas que não fazem uso de redes sociais ou respostas fornecidas por sujeitos que se recusaram a participar da pesquisa também foram desconsideradas.

3.2 INSTRUMENTO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta dos dados deverá ser efetivada por meio de questionário autoaplicável, realizada através de um formulário do site Google Forms. O questionário foi estruturado com dezesseis perguntas, elaboradas em escala likert, com propósito de organização na codificação dos dados (LAKATOS; MARCONI, 2021), e após coletadas as respostas dos sujeitos de pesquisa foram encaminhadas para análise no SPSS. Com a redução das variáveis em fatores e agrupamento destes de acordo com os níveis de significância dos itens entre si (anexo 2), foi possível a elaboração de três categorias que serão descritas a seguir. Aos valores que se agruparam em sinal negativo, houve transformação do valor em positivo com a inversão dos itens que compõem a variável e assim foi gerada uma nova variável

Categoria lazer x atividades laborais: Entendendo o lugar de prioridade que a categoria lazer, relevante para esta pesquisa, ocupa na vida de pessoas trabalhadoras, se faz importante investigar sobre atividades laborais (CARMARGO (1989 apud GONÇALVES, HERNANDEZ & RONCOLI, 2018). Esta categoria reúne três itens que possibilitaram melhor compreensão da relação do sujeito de pesquisa com o trabalho em tempos de pandemia.

Categoria sobre percepção do uso das redes sociais: Tendo como referencial o conceito de percepção descrito por Dalgalarro (2019) descrito no referencial teórico deste trabalho, esta categoria busca quantificar a percepção dos indivíduos sobre a possível influência das redes sociais no retorno as atividades de lazer externas na região do Cariri.

Categoria sobre redes sociais e pandemia: É possível observar, a partir das variáveis que compõe esta categoria, a rotina de uso de redes sociais dos usuários desde o início do isolamento social. As perguntas que fazem parte desta categoria foram criadas considerando, como descrito no referencial teórico deste trabalho, o já previsto aumento do uso das redes, considerando inclusive a adaptação de muitas atividades educacionais e laborais para o *home office*.

Categoria sobre hábitos de lazer: Nesta categoria é possível observar os hábitos de lazer dos sujeitos de pesquisa desde antes do anúncio da pandemia pela COVID-19, quanto os novos hábitos desde o anúncio do período de isolamento social.

3.3 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados coletados foi feita de forma analítica descritiva a partir do software SPSS Statistics. Durante o processo de análise dos dados, estes foram direcionados para uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) do termo inglês *Confirmatory Factor Analysis - CFA*. Com a análise descritiva dos fatores, foi possível que seja averiguado o nível de confiabilidade sobre cada uma das categorias, encaminhando para discussão dos dados. Esse processo foi feito com redução fatorial de todas as variáveis, o que possibilitou a formação de categorias destas variáveis, estas que foram descritas no tópico anterior; foram combinados os itens que se agruparam, como demonstrado no apêndice 2.

Foi realizado uma análise a partir da correlação de *Pearson* entre as categorias geradas, porém estas não apresentaram significância relevante nas correlações entre si. O mesmo procedimento de correlação de *Pearson* também foi feito entre as categorias e dados sociodemográficos. A tabulação cruzada também foi realizada entre os itens mais relevantes, relevância esta que foi definida de acordo com os objetivos iniciais da pesquisa. O procedimento de tabulação será descrito a seguir no tópico de resultados e discussões. Foi possível entender, através das respostas dos participantes, como estes percebem a influência das redes sociais no retorno as atividades externas de lazer.

3.4 ASPECTOS ÉTICOS

Esta pesquisa passou pela avaliação do comitê de ética da faculdade Unileão e foi aprovada, através do parecer de número 5.020.682, após ajustes na documentação e quantidade de participantes. No que tange aos aspectos éticos, objetivando cumprir as Resoluções Éticas Brasileiras, em especial a Resolução 510/2011 do Conselho Nacional de Saúde, este trabalho guarda e mantém de forma anônima qualquer informação pessoal dos sujeitos que responderem ao questionário. A imagem e identidade dos participantes será protegida de forma a assegurar a confidencialidade destes. No formulário a ser realizada a pesquisa, houve disponibilização do TCLE, que informou ao participante que este poderia desistir da pesquisa em qualquer momento desta.

É ressaltado também que não houve discriminação de nenhuma natureza na seleção dos indivíduos, nem estes foram expostos a riscos desnecessários.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi feito no SPSS uma análise de fator, onde as variáveis foram reduzidas a fator e agrupadas de acordo com a compatibilidade com outras variáveis. Passando pelo teste KMO de Bartlett, foi possível verificar que a base de dados estava boa para análise, estando acima do valor de 0,6 na mensuração das variáveis. No agrupamento dos fatores foi possível observar quatro categorias diferentes, cada uma destas compostas por três variáveis anteriormente dispostas no questionário, e que serão descritas a seguir.

Na primeira categoria, aqui intitulada de “lazer x trabalho”, foram agrupadas as variáveis “Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anúncio da pandemia?”, “Você acredita que se alguém sair em transporte público para trabalhar também tem o direito de sair em lugares públicos para lazer, considerando os riscos a COVID-19?” e “Você acredita que sair para trabalhar e sair para lazer se configuram no mesmo nível de prioridade?”.

Na segunda categoria, chamado de “percepção do uso das redes sociais”, as variáveis que se agruparam foram “As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?”, “Como você se sentiu com os primeiros relatos de pessoas furando a quarentena?” e “Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?”. É interessante dar uma atenção a esta categoria, considerando que cumpre em parte os objetivos deste trabalho. Quando observamos o agrupamento desta categoria conseguimos compreender como uma variável relacionada a influência das redes em comprar ou ser algo e a influência destas no retorno as atividades externas de lazer.

Na terceira categoria foi possível observar a junção de outras três variáveis, esta que traz o título de “redes sociais e pandemia”, considerando as variáveis que se agruparam, sendo estas “Para você, passar tempo nas redes sociais é...”, “Você aumentou a frequência do uso de redes sociais após o período de isolamento, comparado a antes do covid-19?” e “Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?”. Nessa categoria é possível observar o agrupamento de variáveis que mostram o hábito de uso das redes sociais durante período mais rígido de redes sociais até o presente momento.

Na quarta e última categoria, nomeada de “hábitos de lazer”, reúne as questões “Com que frequência você saía de casa a lazer antes da pandemia?”, “Quais atividades de lazer você fazia antes da quarentena e deixou de fazer devido a esta?” e “Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anúncio da pandemia?”. Com as respostas das variáveis agrupadas

nessa categoria consegue-se observar os hábitos de lazer dos sujeitos de pesquisa, estes que posteriormente serão correlacionados com dados demográficos de faixa etária.

Quanto aos dados sociodemográficos, 63% dos sujeitos de pesquisa informaram ter entre 18 e 24 anos, 20,7% informaram ter entre 25 e 35 anos, 10,6% de 36 a 45 anos, 4,7% entre 46 a 55 anos e apenas 1% afirmou ter acima de 55 anos. Esses dados coletados podem ter relação direta com o fato de maior parte dos usuários de redes sociais serem jovens, e o uso das redes era um pré-requisito para responder o questionário.

No que diz respeito às atividades laborais, 27,4% da amostra responderam que trabalham externamente todos os dias, 6,7% respondeu que trabalha externamente quase todos os dias, 5,8% alegou trabalhar fora algumas vezes por semana, 36,7% relatou trabalhar em *home office* e 24,4% alegou que não estão trabalhando.

Entre as categorias criadas a partir da análise confirmatória de fator e os dados sociodemográficos de idade e atividades laborais, foi feito uma correlação de Pearson (Figura 1), onde foi possível verificar dados relevantes a este trabalho.

Figura 1- Correlação de *Pearson* entre as categorias criadas

	Idade	Atividades Laborais
Categoria percepção da influência das redes sociais	,280**	,-040
Categoria redes sociais e pandemia	-191**	,122

Quando correlacionada a categoria sobre a “percepção da influência das redes sociais”, esta mostrou significância positiva com a variável de idade, expondo que quanto maior a idade do público, maior foi percebida a influência das redes sociais. Quando a mesma categoria foi relacionada com a variável de atividades laborais, houve resultado negativo, ou seja, quanto mais o sujeito trabalha, menos houve percepção da influência das redes.

Observando a categoria sobre tempo de uso das redes sociais “redes sociais e pandemia” na correlação com a variável de idade foi obtido um resultado negativo, oposto, ao qual verifica-se que quão mais jovem é o público de pesquisa, mais houve resultados altos no tempo de uso das redes sociais. Ainda em correlação de *Pearson*, a categoria de uso das redes sociais exibiu, ao ser correlacionada com a variável de atividades laborais, que quanto maior a frequência dessas atividades também há maior número de usuários nas redes sociais.

As categorias de “hábitos de lazer” e “lazer x trabalho” não mostraram valores significativos de correlação com as variáveis de idade e atividades laborais, e por isso não serão descritas aqui.

Foi realizado entre as variáveis demográficas, e outras variáveis que fazem parte das categorias descritas, um procedimento de tabulação cruzada. As questões mais relevantes no que diz respeito a atingir os objetivos desta pesquisa serão descritas a seguir.

Ao relacionar os dados sociodemográficos sobre atividades laborais com a variável “Com que frequência você saiu de casa desde o anúncio da pandemia” (apêndice 3), ficou possível melhor analisar a relação de lazer e atividades laborais nos sujeitos de pesquisa. Percebeu-se através dos resultados que o grupo que mais optou pela opção de saídas “eventualmente” e “frequentemente” foi o da alternativa “não trabalho”. O percentual que optou por “trabalho em *home office*” foi a que demonstrou maior número de escolha na opção de sair “eventualmente”, representando 38,1% da amostra, seguido dos sujeitos que trabalham externamente todos os dias, que representaram 26,1% nesta categoria. Teixeira Júnior, Sferrar e Bottcher mencionam que

“Se, do lazer depende a qualidade de vida e se a vida é o bem mais precioso do ser humano, é preciso que busquemos a todo custo esta realização, sem, no entanto deixar de ser uma atividade prazerosa, e principalmente na vida do trabalhador que precisa desse tempo em seu cotidiano proporcionando assim um aumento significativo de seu bem estar” (TEIXEIR JÚNIOR, SFERRA, BOTTCHE, p. 13, 2010).

A partir desta fala, quando relacionada com os dados obtidos nesta presente pesquisa, é possível observar que apesar de atividades de lazer serem consideradas importante especialmente para pessoas que trabalham, os sujeitos de pesquisa que mais saem são os que não praticam atividades laborais, podendo isso acarretar em processo de menos qualidade de vida aos trabalhadores carrienses; ainda mais quando considerado todo o estresse e ansiedade vividos durante o período de distanciamento social.

Quando perguntados sobre a frequência de saída a lazer durante o período de isolamento social (Apêndice 4), o item mais selecionado pela amostra geral, com 64,4%, foi “raramente”. A faixa etária de 18 a 24 anos foi a única com a opção “frequentemente” votada, representando 4,6% dessa faixa etária. Na idade mais avançada acima de 55 anos, ficou dividida entre “nunca” sair de casa a lazer durante a pandemia e sair “raramente”. Não houve nenhuma faixa etária que escolheu a alternativa de sair “muito frequentemente”. Considerando os fatores de risco pela COVID-19, é esperado que idosos tenham mais cuidado

com a doença e evitem sair de casa do que pessoas mais jovens. Em uma pesquisa sobre comportamento dos idosos durante a pandemia, Romero et al. (2021) nos mostra resultados sobre hábitos de pessoas idosas durante período de isolamento, onde é possível observar que idosos que já eram aposentados antes do COVID tiveram maior adesão ao distanciamento social, enquanto os demais não aderiram as medidas de isolamento. Na atual pesquisa a amostra de pessoas acima de 55 anos foi minoria nos sujeitos de pesquisa; desta forma se faz importante recorrer a demais artigos de pesquisa para melhor observação dos hábitos de lazer em pessoas idosas.

Correlacionando em tabulação cruzada os dados de “quanto tempo você passa nas redes sociais por dia” com a variável de “para você, passar tempo em redes sociais é...” (Apêndice 5), é interessante perceber que 47,6% dos sujeitos de pesquisa relataram usar redes sociais mais de 4 horas por dia, entre estes 5,3% considera que passar tempo nas redes sociais é péssimo, 11,1% consideram ruim, 41,4% consideram razoável e 10,1% consideram excelente. Tendo como referência o artigo de Fonsêca *et al.* (2018), muito relevante sobre o tema, conseguimos enxergar nesses dados o que os autores descrevem como:

“[...] permanecer muito tempo conectado apresenta evidentes interferências negativas na rotina do indivíduo, pois não desfrutam da presença física de outras pessoas de modo adequado, e ainda se colocam em uma condição de vulnerabilidade frente aos problemas de saúde (por exemplo, depressão, ansiedade, solidão)” (FONSÊCA, *et al.*, 2018, p. 200).

Esta descrição se encaixa nos dados coletados dos sujeitos de pesquisa, onde apenas 10,1% dos sujeitos de pesquisa que passam mais de 4hrs por dia nas redes sociais consideram excelente estar nas mesmas.

Entre as pessoas que concordam totalmente que as redes sociais podem influenciar alguém a comprar ou ser algo (Apêndice 6), 55,5% também concordam que as redes sociais influenciaram no retorno às atividades externas de lazer no Cariri. Entre as que responderam “talvez” para a primeira pergunta, 48,9% optaram por “concordo” em relação à influência das redes nas atividades de lazer. Aos que discordaram quanto à influência das redes nos sujeitos em comprar ou ser algo houve divergência, 25% optaram por “concordo”, 25% optaram por “nem concordo nem discordo”, 25% escolheram “discordo” e 25% reforçaram a opinião na alternativa de “discordo totalmente” quanto à influência no retorno às atividades de lazer. A última pergunta foi elaborada para entender de forma direta a percepção dos sujeitos de pesquisa sobre a influência das redes sociais no retorno às atividades externas de lazer; no questionário ela ficou posicionada como última questão, de forma que as demais respostas

não fossem alteradas ou modificadas por causa desta. Tal descreve que as influências nas redes sociais não são unilaterais, nos mostrando que esse é um aspecto importante de ser analisado: “[...] tanto nas relações entre pessoas quanto nos seus métodos de subjetivação, sendo a Internet um dos ícones dessa transformação” (ALMEIDA, MORAES, p. 13, 2010).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo que essa pesquisa objetivou responder à pergunta “Qual a percepção dos moradores da região do Cariri sobre a influência das redes sociais para o retorno das atividades de lazer externas?”, foi possível verificar que o questionário foi estruturado de maneira que conseguiu responder a essa pergunta, em um viés de compreender que os sujeitos de pesquisa, em especial os mais jovens, perceberam sim impacto das redes sociais nesse retorno às atividades de lazer.

Foi de muita importância iniciar o processo de análise de dados com redução fatorial das variáveis, pois desta forma foi possível a criação de categorias e compreensão da significância destas, isto que passa maior confiança e credibilidade às perguntas escolhidas para composição do questionário.

Observou-se, como era objetivado, os hábitos de lazer e uso de redes sociais dos sujeitos de pesquisa moradores do Cariri durante o período de isolamento social, sendo possível a partir disso compreender, por exemplo, que os jovens se sentiram mais confortáveis em sair a lazer externo do que as pessoas acima de 55 anos, estes últimos que, como observado fazem menos uso das redes sociais do que os primeiros.

A importância desta pesquisa foi reafirmada com seus resultados. Obter dados sobre os hábitos de lazer e consumo das redes sociais e tornar possível associar estes com faixa etária e hábitos laborais expõe a relevância sobre a necessidade da ampliação dos estudos sobre os temas mencionados aqui, tal como os discursados no referencial teórico deste trabalho, onde foi possível levantar temas como representações sociais, psicologia das massas e a correlação destes no período relevante de distanciamento social ao qual o mundo passou em 2020 e 2021.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Andréia Oliveira; MORAES, Geisla Aparecida Alves de Moraes. **A influência das redes sociais na vida cotidiana: Análise dos perfis fakes em redes sociais como forma de entretenimento e sociabilização.** Assis, 2010.

AQUINO, Estela M. L. *et al.* Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, supl. 1, p. 2423-2446, Junho, 2020.

ARÃO, Cristian. As Redes Sociais e a Psicologia das Massas: A Internet como Terreno e Veículo do Ódio e do Medo. **Revista de Filosofia Moderna e Contemporânea**, [S. l.], v. 8, n. 3, p. 181–206, 2021.

BOTTCHER, Lara Belmudes; SFERRA, Luis Francisco Bueno; JUNIOR, Marco Aurélio Borges Teixeira. A Importância do Lazer Para a Qualidade de Vida do Trabalhador. **Conexão** - v.9, 2012.

DALGALARRONDO, Paulo. **Psicopatologia e semiologia dos transtornos mentais.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2019.

DESLANDES, Suely Ferreira; COUTINHO, Tiago. O uso intensivo da internet por crianças e adolescentes no contexto da Covid-19 e os riscos para violências autoinflingidas. **Ciênc. saúde Coletiva** 25. Rio de Janeiro, 2020.

FONSÊCA, Patrícia Nunes da; *et al.* Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, p. 198-212; Rio de Janeiro, 2018.
FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu.** In: FREUD, S. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. v. 15. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**, 7ª edição. Grupo GEN, 2019.
GONÇALVES, Patrick da Silveira; HERNANDEZ, Salma Stéphany Soleman; RONCOLI, Rafael Nichele. **Recreação e Lazer.** Porto Alegre: SAGAH, 2018.

IAMARINO, Atila. **Sair do isolamento agora é querer voltar a mundo que não existe mais, diz virologista Atila Iamarino.** Brasília, 28 de março de 2020. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52061804>. Acesso em: 30 de abril de 2021.
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa.** São Paulo. Grupo GEN, 2021.

LIMA, Nádia Laguárdia de, *et al.* As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. Gerais, **Rev. Interinst. Psicol.**, Juiz de fora, v. 9, n. 1, p. 90-109, jun. 2016.

MELO, Victor Andrade de; JR, Edmundo De Drummond Alves. **Introdução ao Lazer.** – 2.ed. rev. e atual. – Barueri, SP: Manole, 2012.

MYERS, David. G. **Psicologia Social.** Grupo A, 2014.

ORNELL, Felipe. *et al.* “Pandemic fear” and COVID-19: mental health burden and strategies. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, Rio Grande do Sul, v. 42, n. 3, 232-235, mai./jun. 2020.

PARA 76%, mais importante neste momento é deixar as pessoas em casa, aponta Datafolha. **G1**, São Paulo, 06 abril de 2020. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/para-76percent-mais-importante-neste-momento-e-deixar-as-pessoas-em-casa-aponta-datafolha.ghtml>. Acesso em 30 de julho de 2021.

PEREIRA, Mara Dantas. A pandemia de COVID-19, o isolamento social, consequências na saúde mental e estratégias de enfrentamento: uma revisão integrativa. **Rev. Research, Society and Development**. v. 9, n. 7. Aracajú, 2020.

QUEIROGA, Cíntia Silva; BARONE, Leda Maria Codeço; COSTA, Beethoven Hortencio Rodrigues da. Uma breve reflexão sobre a formação das massas nas redes sociais e a busca por um novo ideal do eu. **J. psicanal.** São Paulo, v. 49, n. 91, p. 111-126, dez. 2016.

ROMERO, Dalia Elena; et al. **Idosos no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil: efeitos nas condições de saúde, renda e trabalho**. Rio de Janeiro, 2021.

SANTOS, Alexandre Ramos dos; OLIVEIRA, Regia Cristina de. **Formação das massas e as redes sociais: análises das manifestações pela redução da tarifa na cidade de São Paulo**. São Paulo, 2013.

VERGARA, Sylvia Constante. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16 edição. São Paulo: Atlas, 2009.

WERNECK, G. L.; CARVALHO, M. S. A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. **Ver. Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 5, 2020.

XAVIER, Fernando et al. Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. **Estud. av.**, São Paulo, v. 34, n. 99, p. 261-282, Aug. 2020.

APÊNDICES

Apêndice 1- Questionário

Qual sua idade?

- a) 18-24
- b) 25-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) +55

1) Com que frequência você saia de casa a lazer antes da pandemia?

- a) Muito frequentemente
- b) Frequentemente
- c) Eventualmente
- d) Raramente
- e) Nunca

2) Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?

- a) Muito frequentemente
- b) Frequentemente
- c) Eventualmente
- d) Raramente
- e) Nunca

3) Qual tipo de lazer você mais teve no período de distanciamento social (março de 2020-2021)?

- a) Restaurantes e/ou bares
- b) Reuniões em casa
- c) Lugares com piscina
- d) Shopping
- e) Praças Públicas

4) Quais atividades de lazer você fazia antes da quarentena e deixou de fazer devido a esta?

- a) Restaurantes e/ou bares
- b) Reuniões em casa
- c) Lugares com piscina
- d) Shopping

e) Praças Públicas

5) Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?

- a) Apenas alguns minutos
- b) 1h
- c) 2hrs
- d) 3hrs
- e) 4hrs ou mais

6) Você aumentou a frequência do uso de redes sociais após o período de isolamento, comparado a antes do covid-19?

- a) Sim, aumentei em 1h por dia
- b) Sim, aumentei em 2hrs por dia
- c) Sim, aumentei em mais de 3hrs por dia
- d) Sim, aumentei em 4hrs ou mais por dia
- e) Não aumentei o uso

7) Para você, passar tempo nas redes sociais é...

- a) Excelente
- b) Bom
- c) Razoável
- d) Ruim
- e) Péssimo

8) As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?

- a) Concordo totalmente
- b) Concordo
- c) Talvez
- d) Discordo
- e) Discordo totalmente

9) Você trabalha?

- a) Sim, trabalho fora todos os dia
- b) Sim, trabalho fora quase todos os dias
- c) Sim, trabalho fora algumas vezes por mês

- d) Sim, trabalho em casa (home office)
- e) Não trabalho

10) Para você, ter que sair de casa para trabalhar em tempos de COVID-19 é...

- a) Muito arriscado
- b) Arriscado
- c) Razoável
- d) Pouco arriscado
- e) Nada arriscado

11) Você acredita que sair para trabalhar e sair para lazer se configuram no mesmo nível de prioridade?

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo parcialmente
- c) Não concordo, nem discordo
- d) Concordo parcialmente
- e) Concordo totalmente

12) Você acredita que se alguém sair em transporte público para trabalhar também tem o direito de sair em lugares públicos para lazer, considerando os riscos a COVID-19?

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo parcialmente
- c) Não concordo, nem discordo
- d) Concordo parcialmente
- e) Concordo totalmente

13) Quando as pessoas começaram a postar fotos saindo de casa nas redes sociais, quanto você sentiu que as coisas estavam melhorando? Sendo 1 para "melhorando pouco ou nada" e 5 para "melhorando muito".

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

14) Quando houve reabertura de bares e restaurantes no Carri, quanto você sentiu que as coisas estavam melhorando? Sendo 1 para "melhorando pouco ou nada" e 5 para "melhorando muito".

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

15) Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?

- a) Concordo totalmente
- b) Concordo
- c) Talvez
- d) Discordo
- e) Discordo totalmente

16) Como você se sentiu com os primeiros relatos de pessoas furando a quarentena?

- a) Excelente
- b) Bem
- c) Regular
- d) Ruim
- e) Péssimo(a)

Apêndice 2 – Formação de categorias

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Quando houve reabertura de bares e restaurantes no Carré, quanto você sentiu que as coisas estavam melhorando? Sendo 1 para "melhorando pouco ou nada" e 5 para "melhorando muito"	,926					
Quando as pessoas começaram a postar fotos saindo de casa nas redes sociais, quanto você sentiu que as coisas estavam melhorando? Sendo 1 para "melhorando pouco ou nada" e 5 para "melhorando muito".	,913					
Você acredita que se alguém sair em transporte público para trabalhar também tem o direito de sair em lugares públicos para lazer, considerando os riscos a COVID-19?		,841				
Você acredita que sair para trabalhar e sair para lazer se configuram no mesmo nível de prioridade?		,798				
As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?			,810			
Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?			,726			
Como você se sentiu com os primeiros relatos de pessoas furando a quarentena?			-,421			,338
Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?			-,381	,705		
Você aumentou a frequência do uso de redes sociais após o período de isolamento, comparado a antes do covid-19?				,702		
Para você, passar tempo nas redes sociais é...				-,612		
Com que frequência você saía de casa a lazer antes da pandemia?					,767	
Quais atividades de lazer você fazia antes da quarentena e deixou de fazer devido a esta?					,725	
Quais atividades de lazer você fazia antes da quarentena e deixou de fazer devido a esta?					,725	
Qual tipo de lazer você mais teve no período de distanciamento social (março de 2020-2021)?						,752
Para você, ter que sair de casa para trabalhar em tempos de COVID-19 é...	,301	,347				-,494
Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anúncio da pandemia?		-,439			,452	,472

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Apêndice 3

Você trabalha? * Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia? Crosstabulation

			Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?				Total
			Frequentemente	Eventualment e	Raramente	Nunca	
Você trabalha?	Sim, trabalho fora todo dia	Count	1	14	35	7	57
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	1,8%	24,6%	61,4%	12,3%	100,0%
		Count	16,7%	25,5%	26,1%	53,8%	27,4%
	Sim, trabalho fora quase todas as dias	Count	0	5	0	1	14
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	35,7%	57,1%	7,1%	100,0%
		Count	0,0%	9,1%	0,0%	7,7%	6,7%
	Sim, trabalho fora algumas vezes por mês	Count	0	0	0	0	12
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Count	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%
	Sim, trabalho em casa (trabalho em casa)	Count	2	13	51	4	70
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	2,9%	18,6%	72,9%	5,7%	100,0%
		Count	33,3%	23,6%	38,1%	30,0%	33,7%
	Não trabalho	Count	3	17	34	1	55
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	5,1%	30,9%	61,8%	1,8%	100,0%
		Count	50,0%	30,9%	25,4%	7,7%	26,4%
		Count	0	55	134	13	208
		% within Você trabalha? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	2,9%	26,4%	64,4%	6,2%	100,0%
		Count	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Apêndice 4

Qual sua idade? * Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia? Crosstabulation

		Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?				Total	
		Frequentemente	Eventualment e	Raramente	Nunca		
Qual sua idade?	18-24	Count	0	35	85	5	131
		Expected Count	3,8	34,6	84,4	8,2	131,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	4,6%	26,7%	64,0%	3,8%	100,0%
		Count	100,0%	63,6%	63,4%	38,5%	63,6%
		Adjusted Residual	1,9	,1	,2	-1,9	
	25-35	Count	0	15	26	2	43
		Expected Count	1,2	11,4	27,7	2,7	43,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	34,9%	60,5%	4,7%	100,0%
		Count	0,0%	27,3%	19,4%	16,4%	20,7%
		Adjusted Residual	-1,3	1,4	-6	-5	
	36-45	Count	0	3	17	2	22
		Expected Count	,0	5,8	14,2	1,4	22,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	13,6%	77,2%	9,1%	100,0%
		Count	0,0%	5,5%	12,7%	15,4%	15,6%
		Adjusted Residual	-9	-1,4	1,3	,6	
	46-55	Count	0	2	5	3	10
		Expected Count	,3	2,6	6,4	,8	10,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	20,0%	50,0%	30,0%	100,0%
		Count	0,0%	3,6%	3,7%	23,1%	4,8%
		Adjusted Residual	-6	-5	-1,0	3,2	
	+55	Count	0	0	1	1	2
		Expected Count	,1	,5	1,2	,1	2,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Count	0,0%	0,0%	0,7%	7,7%	1,0%
		Adjusted Residual	-2	-9	-4	2,6	
Total		Count	0	55	134	13	208
		Expected Count	6,0	55,0	134,0	13,0	208,0
		% within Qual sua idade? % within Com que frequência você saiu de casa a lazer desde o anuncio da pandemia?	2,9%	26,4%	64,4%	6,2%	100,0%
		Count	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Apêndice 5

Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia? Para você, passar tempo nas redes sociais e... Crosstabulation

			Para você, passar tempo nas redes sociais é...					Total
			Excelente	Bom	Razoável	Ruim	Péssimo	
Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	Apenas alguns minutos	Count	0	0	2	2	1	5
		Expected Count	,3	1,3	2,3	,8	,3	5,0
		% within Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	0,0%	0,0%	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		% within Para você, passar tempo nas redes sociais é...	0,0%	0,0%	2,1%	6,2%	9,1%	2,4%
		Adjusted Residual	-,6	-,4	-,3	1,5	1,5	
	1h	Count	0	2	8	3	1	14
		Expected Count	,8	3,8	6,5	2,2	,7	14,0
		% within Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	0,0%	14,3%	57,1%	21,4%	7,1%	100,0%
		% within Para você, passar tempo nas redes sociais é...	0,0%	3,6%	8,2%	9,4%	9,1%	6,7%
		Adjusted Residual	-,0	-,1	,8	,6	,3	
	2hrs	Count	1	6	17	6	0	30
		Expected Count	1,7	8,1	14,0	4,6	1,6	30,0
		% within Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	3,3%	20,0%	56,7%	20,0%	0,0%	100,0%
		% within Para você, passar tempo nas redes sociais é...	8,3%	10,7%	17,5%	18,8%	0,0%	14,4%
		Adjusted Residual	-,6	-,9	1,2	,8	-,4	
	3hrs	Count	1	16	29	10	4	60
		Expected Count	3,5	16,2	28,0	9,2	3,2	60,0
		% within Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	1,7%	26,7%	48,3%	16,7%	6,7%	100,0%
		% within Para você, passar tempo nas redes sociais é...	8,3%	28,6%	29,9%	31,2%	36,4%	28,8%
		Adjusted Residual	-,6	-,1	,3	,3	,6	
4hrs ou mais	Count	10	32	41	11	5	99	
	Expected Count	5,7	26,7	46,2	15,2	5,2	99,0	
	% within Qual seu tempo médio de uso de redes sociais por dia?	10,1%	32,3%	41,4%	11,1%	5,1%	100,0%	
	% within Para você, passar tempo nas redes sociais é...	83,3%	57,1%	42,3%	34,4%	45,5%	47,6%	
	Adjusted Residual	2,6	1,7	-,4	-,6	-,1		
Total	Count	12	56	97	32	11	208	
	Expected Count	12,0	56,0	97,0	32,0	11,0	208,0	
	% within Qual seu tempo médio de uso de redes	5,8%	26,9%	46,6%	15,4%	5,3%	100,0%	

Apêndice 6

Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também? * As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo? Crosstabulation

			As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?				Total
			Concordo totalmente	Concordo	Talvez	Discordo	
Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	Concordo totalmente	Count	55	30	15	0	100
		Expected Count	39,4	37,0	21,6	1,9	100,0
		% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	55,0%	30,0%	15,0%	0,0%	100,0%
		% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	67,1%	39,0%	33,3%	0,0%	48,1%
	Adjusted Residual	4,4	-2,0	-2,2	-5,9		
	Concordo parcialmente	Count	22	42	22	1	87
		Expected Count	34,3	32,2	18,8	1,7	87,0
		% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	25,3%	48,3%	25,3%	1,1%	100,0%
		% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	26,8%	54,5%	48,0%	25,0%	41,8%
	Adjusted Residual	-3,5	2,9	1,1	-7		
Nem concordo, nem discordo	Count	4	4	6	1	15	
	Expected Count	5,9	5,0	3,2	,3	15,0	
	% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	26,7%	26,7%	40,0%	6,7%	100,0%	
	% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	4,9%	5,2%	13,3%	25,0%	7,2%	
Adjusted Residual	-1,0	-9	1,8	1,4			
Discordo parcialmente	Count	1	1	0	1	3	
	Expected Count	1,2	1,1	,6	,1	3,0	
	% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%	
	% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	1,2%	1,3%	0,0%	25,0%	1,4%	
Adjusted Residual	-2	-1	-,9	4,0			
Discordo totalmente	Count	0	0	2	1	3	
	Expected Count	1,2	1,1	,6	,1	3,0	
	% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%	
	% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	0,0%	0,0%	4,4%	25,0%	1,4%	
Adjusted Residual	-1,4	-1,3	1,9	4,0			
Total	Count	82	77	45	4	208	
	Expected Count	82,0	77,0	45,0	4,0	208,0	
	% within Você acredita que as fotos de pessoas saindo a lazer de casa, postadas em redes sociais, influenciou outras pessoas a saírem também?	39,4%	37,0%	21,6%	1,9%	100,0%	
	% within As redes sociais que você usa podem influenciar alguém a comprar algo ou ser algo?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	