

EM QUARENTENA I



“Se nós precisávamos lembrar que vivemos em um mundo interconectado, o novo coronavírus tornou isso mais claro do que nunca.”

Michelle Bachelet e Filippo Grandi



Michelle Bachelet é Alta-Comissária da ONU para Direitos Humanos. Filippo Grandi é Alto-Comissário da ONU para Refugiados. Fonte: ONU Brasil.

E de repente, tudo mudou...

Inesperadamente, o COVID 19 se tornou uma pandemia mundial e estamos todos interligados e conectados, enfrentando uma ameaça em comum.

O confinamento testa nossa capacidade de adaptação a uma nova rotina.

Os recursos tecnológicos permitem o trabalho, o estudo, o entretenimento, os encontros virtuais.

Mas estamos com saudade de encontrar as pessoas.

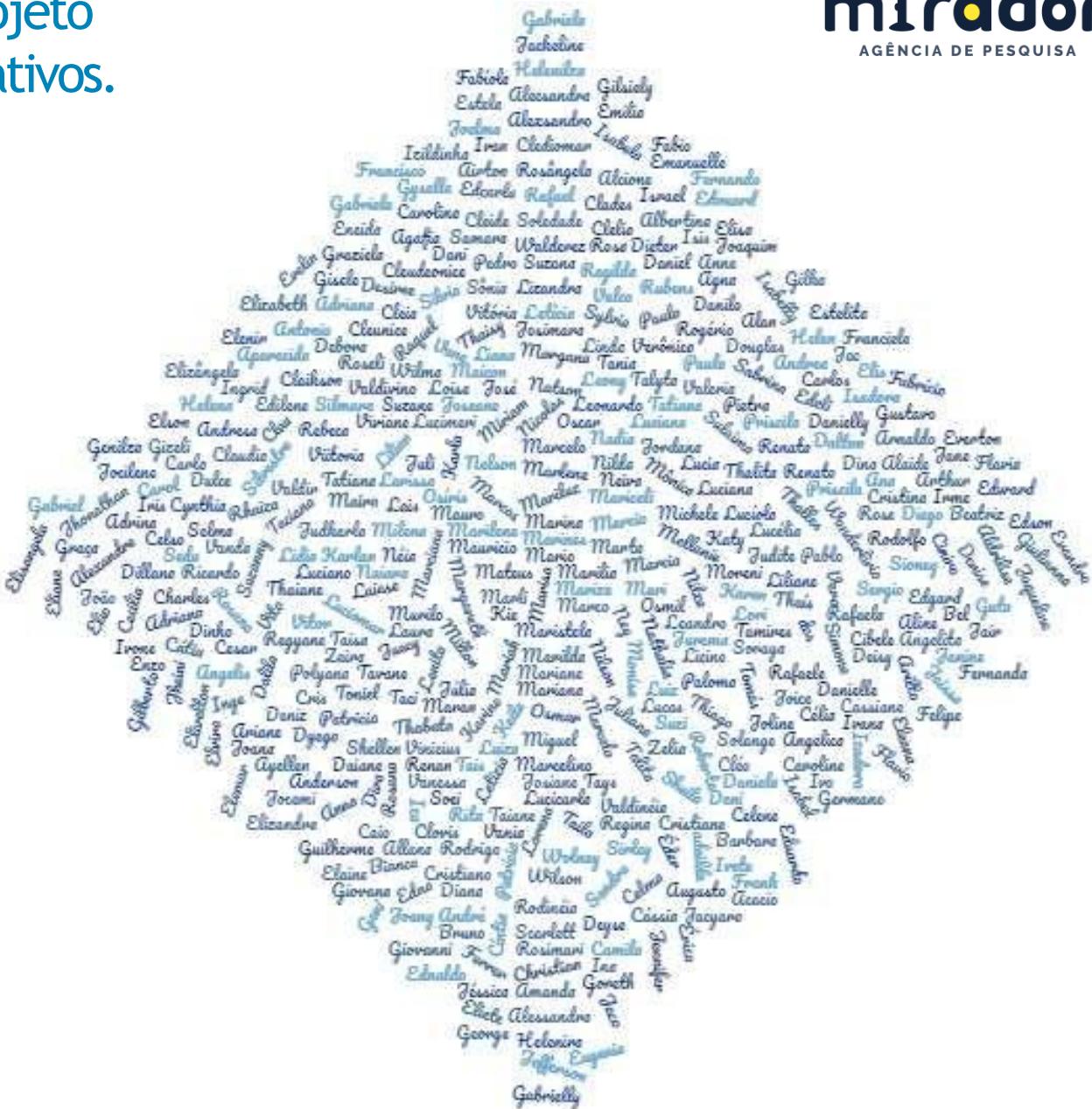
Em meio ao caos, assistimos a demonstrações de solidariedade que surgem em todos os lugares. E os profissionais de saúde arriscando as suas vidas diante do inimigo invisível, num exemplo magnífico de compromisso e respeito à vida.

Estamos observando a história acontecendo diante dos nossos olhos.

Não seremos os mesmos depois do COVID 19.

EM QUARENTENA é um projeto colaborativo, sem fins lucrativos.

A
todos
que
colaboraram
respondendo e
compartilhando
essa
pesquisa,
nosso
Muito
obrigado!



*Esse relatório, processado e analisado pela
equipe da Mirador Pesquisa, vem apresentar
um panorama de opiniões sobre essas
primeiras semanas de quarentena*

RELATÓRIO DE PESQUISA DE OPINIÃO

PERCEPÇÃO SOBRE O IMPACTO DO **ISOLAMENTO SOCIAL** REALIZADO PARA CONTENÇÃO DA EPIDEMIA DE COVID 19

Março de 2020

www.temapesquisas.com.br

Ficha técnica

Perfil da amostra

Metodologia

Quantitativa

Coleta de dados

Coleta de dados online, utilizando a técnica de amostragem Snowball Sampling, e levantamento de comentários via redes sociais

Instrumento de coleta de dados

Questionário estruturado, aplicado por autoprova

Período

25 a 28 de março

Abrangência

Regiões Sul e Sudeste

Amostra

1000 entrevistas

Ficha técnica

Perfil da amostra

Gênero 40% 

60 % 

Grau de instrução		
	Fundamental	04%
	Médio	23%
	Superior	73%



Faixa etária		
	18 a 24 anos	12%
	25 a 34 anos	23%
	35 a 44 anos	25%
	45 a 54 anos	19%
	55 a 64 anos	14%
	+65 anos	7%



Ficha técnica

Equipe responsável

**Concepção, análise,
relatório final**

Juliana Carvalho, Paulo
Nedeff, Karlan Muniz

**Processamento de
dados**

Lucia Helena Cardoso

Revisão de texto

Carolina Nedeff

Resultados



Percepção quanto ao isolamento social causado pela pandemia:

"Nos primeiros dias eu estava meio paralisada, sem saber exatamente o que iria acontecer."

"Sinto que estou num fim de semana prolongado."

"Moro sozinho e fiquei com medo de me sentir mais só."

"Estou preocupado com meus pais, que são mais velhos e moram sozinhos."

"Conversar com os amigos e a família por chamadas de vídeo me deixa mais animada."

"Estou com saudades de encontrar as pessoas, conversar pessoalmente."

"Com essa crise aprendi que podemos nos adaptar a tudo."

"A solidariedade entre os vizinhos é um efeito bom que a crise trouxe."

Percepção quanto ao isolamento social causado pela pandemia:

Está me prejudicando muito

25%



Está me prejudicando um pouco

38%



Não está me prejudicando em nada / quase nada
Ao contrário de prejudicar,
está me favorecendo

35%



Não sei responder 2%

Em relação ao impacto do isolamento social, identificamos 3 grupos distintos:

- Grupo 1 - Declara que foi “muito prejudicado”
- Grupo 2 - Declara que foi “um pouco prejudicado”
- Grupo 3 - Declara que ‘não foi prejudicado em nada, quase nada ou está me favorecendo’



Percepção quanto ao isolamento social causado pela pandemia:

Meu estado de espírito é de esperança

67%



Não fiquei deprimido por causa do isolamento

70%



A maioria dos respondentes declarou que seu sentimento é de esperança e que não se sentem deprimidos.

Percepção quanto ao isolamento social causado pela pandemia:

Análise comparativa:

Declararam que se sentem deprimidos com o isolamento social

X Percepção sobre estar sendo prejudicado pela situação

X Pararam ou não de trabalhar

Total da:
amostra

10%



Pararam de trabalhar e se sentem muito prejudicados pelo isolamento social

23%



Não se sentem prejudicados pelo isolamento social e passaram a trabalhar em casa

06%



 Analisando as respostas por segmentos, observamos que existe uma relação entre o sentimento de desânimo ou depressão e a condição de estar trabalhando ou não.

Mudanças na rotina causadas pela pandemia:

"Demorei um pouco para perceber que a minha rotina iria mudar completamente."

"Estou acompanhando todas as notícias, o tempo todo."

"Com o isolamento, me reaproximei de amigos e familiares com quem não conversava há muito tempo."

"Para passar o tempo estou arrumando a casa toda, e quando terminar vou começar tudo de novo."

"Com a família toda em casa, estamos mais próximos."

"Fico pensando em como vou manter essas crianças dentro de casa por 2 semanas."

Mudanças na rotina causadas pela pandemia:

Estou procurando ficar em casa,
mas tenho saído às vezes

58%



Tenho ficado
completamente isolado

45%



 Aqui comprovamos que a população está tendo uma mudança importante em sua rotina, procurando ficar em casa.. E percebemos que uma parcela significativa afirma que não está ficando completamente isolada.

Impacto da pandemia nas atividades profissionais:

*"Estou mantendo uma rotina normal,
trabalhando em casa."*

"Acho que o trabalho em casa não rende."

"Parece que todo dia é domingo."

"Perdi a noção do tempo."

Impacto da pandemia nas atividades profissionais:

Parei de trabalhar completamente
por causa da epidemia

36%



Passei a trabalhar em casa

54%



 Um terço dos respondentes afirma ter parado de trabalhar completamente. E mais da metade mantém suas atividades profissionais, trabalhando em casa. .

Expectativas para o futuro próximo:

“É estranho não saber como serão os próximos dias.”

“Estou muito preocupado com as minhas contas.”

“Além do medo da pandemia, a preocupação é com os impactos econômicos e sociais.”

Expectativas para o futuro próximo:

A situação vai piorar muito para
só depois melhorar

64%



Vamos ter um período de grave
crise econômica

79%



Os empresários sairão
enfraquecidos dessa crise

72%



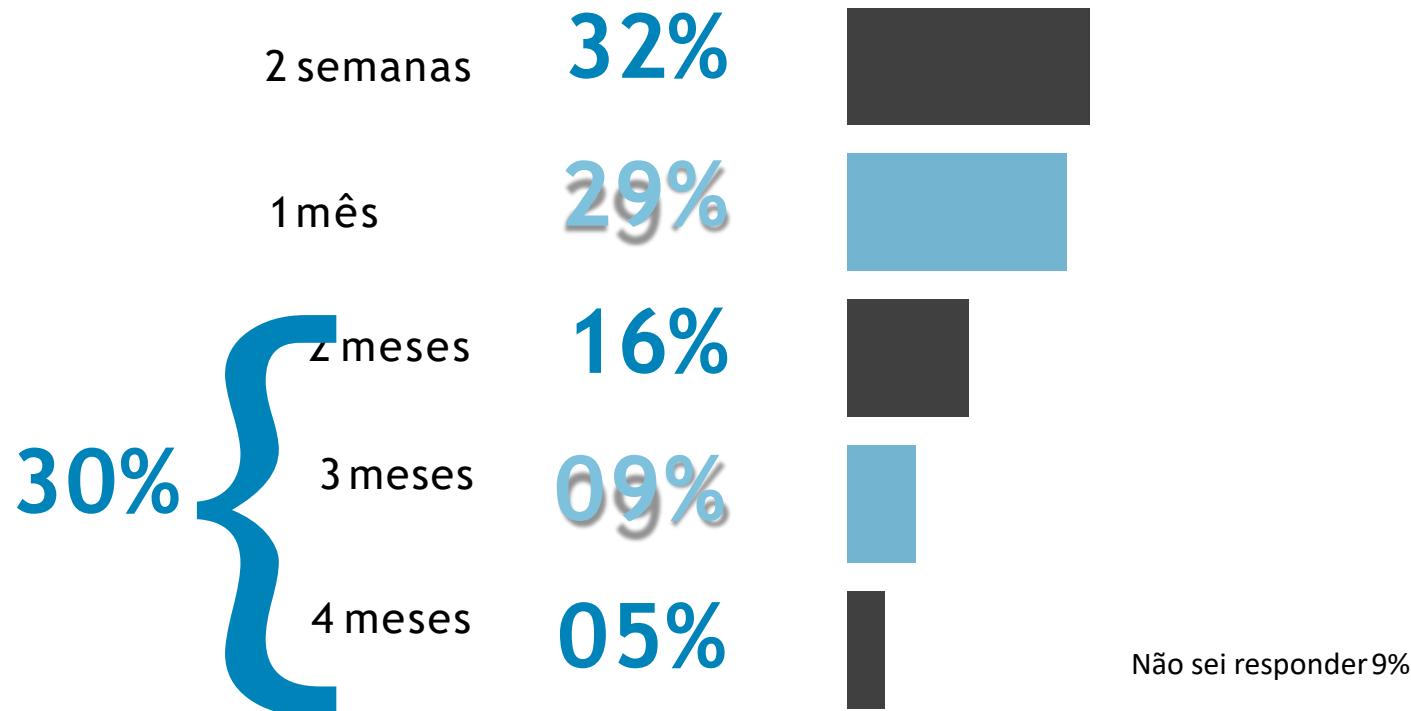
A sociedade sairá fortalecida
dessa crise

40%



Em relação ao futuro não existem muitas ilusões. Para a maioria dos respondentes, a situação ainda vai piorar muito antes de melhorar, teremos um período de grave crise econômica e tanto os empresários quanto a sociedade sairão enfraquecidos da crise..

Expectativa em relação ao tempo de retorno às atividades normais:



:Quanto à expectativa em relação ao tempo que irá demorar para que as atividades voltem ao normal, identificamos 3 grupos distintos:

- Grupo 1 - Acha que deve demorar 2 semanas
- Grupo 2 - Acha que deve demorar 1 mês
- Grupo 3 - Acha que deve demorar 2 meses ou mais



Expectativa em relação ao tempo de retorno às atividades normais:

2 semanas

- ✓ Total da amostra **32%**
- ✓ Jovens até 24 anos **13%**



2 meses

- ✓ Total da amostra **16%**
- ✓ Jovens até 24 anos **28%**



Analisando as respostas por segmentos, observamos que os jovens até 24 anos estimam um tempo mais longo para o isolamento social, em comparação com o total da amostra.



Percepção quanto à postura da sociedade e dos governos em relação à contenção da pandemia:

A sociedade está comprometida
em conter a pandemia

61%



Os governos estão comprometidos
em conter a pandemia

57%



Uma parcela significativa da amostra considera que a sociedade e os governos estão comprometidos em conter a epidemia.

Conclusões



Conclusões

Nessas primeiras duas semanas de quarentena, as pessoas ainda processam o que está acontecendo. A maioria mostra resiliência e cultiva a esperança, aguenta firme a mudança pontual que sofreu.

O impacto foi grande. Um terço dos entrevistados teve sua rotina alterada, seu trabalho paralisado, e foi prejudicado por isso. Essa parcela de entrevistados tende a se sentir mais deprimida com a situação atual.

Uma parcela significativa está trabalhando em casa no momento. Em muitos descobriram rapidamente que trabalhar em casa não é a mesma coisa, seja por conta do ambiente e da presença (ou ausência) das pessoas, seja por conta da gestão do tempo e manutenção do foco necessários.

Conclusões

Por outro lado, fica perceptível que esses primeiros dias de quarentena não foram de isolamento total. A maioria dos entrevistados confessa que saiu de casa algumas vezes nesse período.

Mas é quando o futuro é questionado que os participantes da pesquisa são mais pessimistas, refletindo o impacto desse tempo nos próprios compromissos financeiros e na economia como um todo.

A pesquisa ainda mostra uma certa esperança de voltar ao trabalho em breve. A maioria das pessoas (principalmente os adultos) espera retornar ao trabalho ou atividades em no máximo 30 dias. Os jovens já enxergam uma pausa que vai ultrapassar um mês ou dois de paralisação.

Conclusões

Quando questionados sobre a atuação da sociedade e dos governos, a maioria acredita que estão comprometidos a lidar com as consequências da pandemia. Mas percebemos que a confiança na sociedade é um pouco menor para os adultos acima de 25 anos, enquanto a confiança no governo é bem menor entre os jovens com menos de 24 anos.

Há muito o que se aprender com o isolamento social. A experiência, forçada dessa forma, é nova para todos. O relatório reflete algumas percepções sobre essas primeiras semanas.

Espera-se uma mudança no estado de espírito e nas opiniões ao longo do período de quarentena. Estamos aprendendo a viver com a situação, conosco e com os outros.

Sobre nós:

Juliana Carvalho

Membro da Sociedade Brasileira de Pesquisa de Mercado, com formação em Publicidade e Psicologia, especialista em pesquisa de mercado e opinião pública, atua no planejamento, coordenação e análise de projetos qualitativos e quantitativos desde 1990.

Paulo Nedeff

Especialista em pesquisa de mercado e opinião pública, com formação em Matemática pela UFPR e Pesquisa de Mercado pela SBPM, atua no gerenciamento e análise de projetos qualitativos e quantitativos há 21 anos.

Karlan Muniz acumulou experiência como executivo de atendimento em agências de comunicação e liderando equipes de marketing em instituições de educação e indústria têxtil. Atua como consultor em análise de mercado e raciocínio de comunicação com o mercado. Além disso, é professor universitário com Mestrado e Doutorado em Administração e Marketing, e leciona na PUC PR nas áreas de marketing, comportamento do consumidor, gestão de marcas e comunicação com o mercado.

www.miradorpesquisa.com.br