



PRISCILA DIAS DE MELLO¹
PATRÍCIA MARIA SOUZA²

Hábitos Culturais dos Brasileiros Pós-Pandemia de Covid-19

Cultural habits of brazilians post-COVID-19 pandemic

ARTIGO 9

115-122

1 Acadêmica do Curso de Antropologia Cultural da Universidade UNIASSELVI – Polo de Perdizes, SP – Site: www.uniasselvi.com.br

2 Professora tutora externa Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Antropologia 14481 – Prática do Módulo V.

Resumo: Este trabalho discute as mudanças que a pandemia de covid-19 causou no consumo de cultura e hábitos culturais dos brasileiros. Como se trata de um acontecimento muito recente, ainda com poucos estudos publicados sobre os fatos, foi utilizada uma pesquisa sobre hábitos culturais feita pelo Datafolha junto ao Itaú Cultural, realizada no segundo semestre do ano de 2023, que aponta a retomada do consumo de produtos culturais após a pandemia. Outras fontes utilizadas para a elaboração do presente artigo foram matérias publicadas em blogs, artigos, entrevistas com profissionais da área e materiais correlatos, que permitiram uma avaliação breve sobre as mudanças e novos hábitos culturais dos brasileiros após o período de confinamento.

Palavras-chave: Hábitos culturais. Pandemia. Cultura.

Abstract: This paper discusses the changes that the Covid-19 pandemic has caused in the consumption of culture and cultural habits of Brazilians. As it is a very recent event, with few studies published on the facts, it was used in research on cultural habits conducted by Datafolha together with Itaú Cultural, carried out in the second half of 2023, which points to a resurgence in the consumption of cultural products after the pandemic. Other sources used for the preparation of this article were articles published in blogs, scientific articles, interviews with professionals in the field, and correlated materials, which allowed a brief evaluation of the changes and new cultural habits of Brazilians after the period of confinement.

Keywords: Cultural habits. Pandemic. Culture.

INTRODUÇÃO

O ano de 2020 ficou marcado como o início da pandemia de covid-19, a qual teve uma longa duração. Durante o período crítico de disseminação do vírus, o Ministério da Saúde regulamentou medidas de confinamento. Sabemos que a pandemia e o confinamento consolidaram mudanças de comportamento urbano. Todos os aspectos da vida urbana, como habitação, trabalho, educação, cultura e entretenimento, espaços públicos etc., foram transformados e as mudanças, algumas positivas e outras negativas, vieram para ficar.

Humerez (2022) afirma que o aumento nos transtornos ansiosos e depressivos é uma tendência dos últimos anos, mas atingiu patamares muito mais alarmantes após a crise sanitária. É possível afirmar que as dificuldades trazidas pelo confinamento, o qual causou perdas econômicas significativas, afastamento dos amigos, estudos a distância, ampliação do tempo de convívio entre as pessoas em uma mesma residência, incertezas em relação ao futuro, entre outras, potencializaram os transtornos emocionais.

As medidas adotadas ao longo da pandemia foram necessárias para evitarmos um problema maior, que seria uma crise na saúde, sem assistência adequada. Temos que prestar atenção para a possibilidade de aparecimento ou piora de preocupações exageradas e pensamentos repetitivos negativos, que podem estar sinalizando sintomas ou transtornos de ansiedade. Afinal, há uma associação entre estressores e um risco aumentado de transtornos de ansiedade (Cuminale, 2020, p. 40).

Porém, o período de confinamento proporcionou, a uma parte da população, mais tempo livre,

oportunizando o aumento do consumo de produtos culturais. Durante a vigência das restrições, algumas pessoas tiveram mais tempo para ler livros, assistir a filmes e séries, entre outras atividades, que são capazes de atenuar o estresse.

Uma pesquisa realizada pela Fundação Itaú e pelo Datafolha nos mostra que atividades culturais são capazes de melhorar o relacionamento entre as pessoas no ambiente residencial e profissional, além de diminuírem a sensação de solidão e tristeza. Com isso, podemos afirmar que assistir a espetáculos de teatro, shows de música e dança, filmes, ouvir podcasts, entre outros, durante o confinamento, se tornou corriqueiro e virou rotina, ampliando os hábitos culturais da população, gerando, consequentemente, o aumento do consumo de cultura, registrado no ano de 2023.

O objetivo desta pesquisa é discorrer sobre essas mudanças e seus benefícios, uma vez que ampliar o consumo de cultura entre a população é fundamental.

Pesquisar e mapear hábitos culturais de um território é um grande desafio e é preciso ter consciência de que os dados levantados nestas pesquisas, logo se tornarão obsoletos, visto que o consumo de cultura varia muito de acordo com as tendências atuais, que são vivas e mudam com muita frequência.

REFERENCIAL TEÓRICO OU JUSTIFICATIVA

São muitas as definições do termo hábito. De acordo com Beserra (2021), o hábito delinea-se como um comportamento, mais precisamente como uma forma que descreve as relações por meio das quais os atos são aprendidos e mantidos ao longo do tempo.

Já os hábitos culturais estão ligados à forma com a qual as pessoas consomem os produtos culturais e de que maneira escolhem as atividades

que irão praticar, o que engloba desde a alimentação, estilo de música, de filmes, a livros etc.

Segundo Coelho (1997), um hábito cultural é, assim, uma figura, uma forma cultural que identifica ou representa um indivíduo ou grupo e que é, de um e outro, sua quintessência.

O conhecimento dos hábitos culturais dos diferentes grupos sociais é indispensável à política cultural, que procura mapeá-los por meio de sondagens e pesquisas - voltadas tanto para a detecção do que é (relativamente) estável e continuado (o idêntico) nesses grupos quanto, o que é menos comum de encontrar-se nelas e mais difícil de obter-se, daquilo que surge a esses grupos como alternativo (o diferente) e que pode apontar para um desejo menos ou mais consciente por eles alimentado. O estudo do imaginário é fundamental para o desenho do hábito cultural (Coelho, 1997, p. 197).

Inúmeras mudanças se deram nos hábitos culturais dos brasileiros a partir da pandemia de Covid-19 no Brasil. O confinamento fez com que as moradias se tornassem um lugar de permanência, ampliando o tempo de convivência entre os residentes e, com isso, vieram problemas, tais como, dificuldades de relacionamento entre os moradores, ansiedade, depressão, outras doenças emocionais, e preocupações geradas pela redução ou corte de remuneração, entre outros.

O viver juntos não é tarefa fácil, pois nos demanda uma abertura ao novo, para o olhar do outro, para o saber do outro, para as soluções do outro, nos coloca diante da necessidade de uma escuta sensível e tolerante, respeitando e validando todos os saberes, e nos articulando na busca de soluções (Medeiros; Dugnani; Souza, 2021, p. 14).

A estrutura emocional da população foi abalada e, neste momento, a cultura foi fundamental, pois as moradias tornaram-se locais de entretenimento. Além da TV, as plataformas digitais pagas, os espetáculos on-line e *lives* de música, teatro e dança ampliaram o acesso à cultura, substituindo os cinemas, teatros e casas de show. Uma matéria publicada pelo site National Geographic Brasil, em 2023, afirma que:

Segundo a OMS, atividades como fazer e ouvir música, dança, artes plásticas e visitas a locais culturais estão associadas ao controle e prevenção do estresse e a um menor nível de ansiedade. Além disso, o envolvimento com as artes também pode ajudar a reduzir o risco de desenvolvimento de transtornos mentais, como depressão, tanto na adolescência como na velhice. A participação em atividades artísticas pode aumentar a autoestima, a autoaceitação e a autoconfiança, que ajudam a proteger contra transtornos mentais. Por exemplo, crianças e adolescentes que participam de atividades artísticas têm melhora nos níveis de bem-estar, socialização e resiliência. (National Geographic, 2023, on-line).

Em contraponto, uma pesquisa realizada em parceria entre a USP, o Sesc, a Unesco e secretarias de cultura de Estados brasileiros, afirma que o setor cultural foi o mais prejudicado durante a pandemia. Na pesquisa, realizada com 2.667 profissionais da cultura, os participantes responderam sobre os impactos do isolamento social em suas receitas durante os meses de março a julho de 2020.

Entre os meses de março e abril, 41% dos respondentes perderam a totalida-

de suas receitas, e entre maio e julho, essa proporção aumentou para 48,88%. Em segundo lugar, vêm aqueles que perderam mais da metade de suas receitas (23,72% entre março e abril, e 21,34% entre maio e julho). Somente 17,8% não tiveram alteração na receita durante março e abril, diminuindo para 10% nos meses de maio a julho. As artes cênicas foram as mais afetadas, com perda total de receita para 63% dos respondentes. Nesse setor cultural, a maioria dos que atuam na área de circo (77%), em casas de espetáculo (73%) e no teatro (70%) perderam a totalidade de suas receitas entre maio e julho. O Distrito Federal foi onde mais se registraram perdas totais de receita entre maio e julho (59,2%), enquanto o Mato Grosso do Sul registrou o menor percentual (16%). Entre maio e julho, 45% dos participantes individuais informaram ter perdido a totalidade de suas receitas. Entre os coletivos, esse percentual foi de 56,8% (Amaral; Franco; Lira, 2020, p. 10).

Na mesma proporção em que o setor cultural foi abalado, a oferta de produtos culturais em formato on-line subiu, facilitando o acesso e, consequentemente, aumentando o consumo de cultura.

Muitos foram os motivos que levaram artistas a oferecerem sua arte em formato on-line. Entre as políticas públicas culturais brasileiras, temos as práticas de Leis de Incentivo à Cultura e editais

de fomento à arte nas esferas federais, estaduais e municipais, que fomentam as mais diversas produções culturais. Tanto as leis quanto os editais são medidas que preveem uma metodologia e um cronograma a ser cumprido. Quando a pandemia começou a se espalhar no nosso país, inúmeros projetos fomentados estavam em andamento e precisavam ser finalizados em cumprimento aos cronogramas.

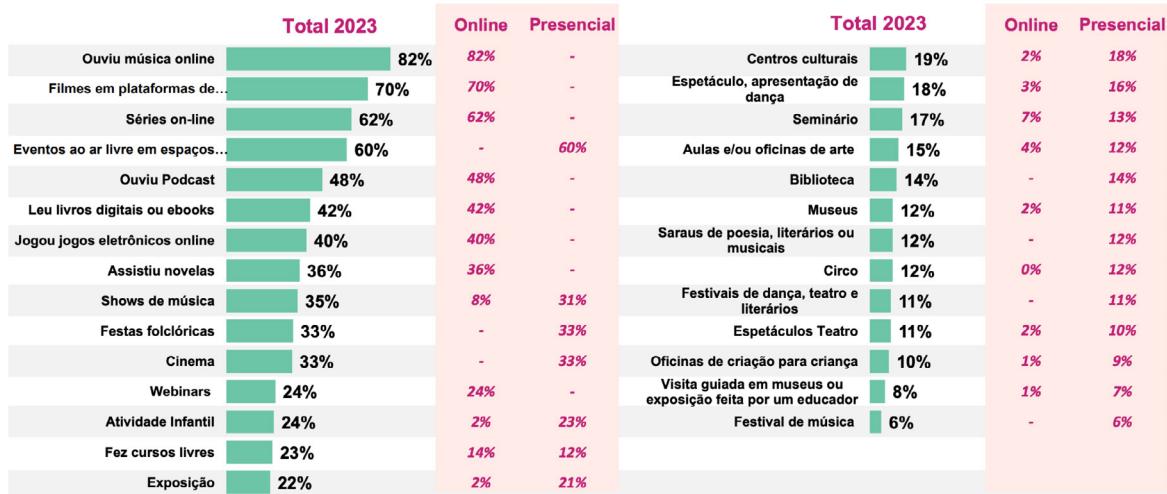
Como medida de viabilização da continuidade desses projetos, os órgãos responsáveis flexibilizaram os regulamentos e autorizaram as readequações para que ocorressem de forma on-line. Essa foi uma das medidas que ampliou a oferta de expressões culturais remotas, promovendo os mais diversos produtos culturais na internet, de forma gratuita, o que democratizou o acesso e gerou uma mudança de hábitos, possibilitando o consumo da arte durante o confinamento.

Como citado acima, muitas mudanças ocorridas durante a pandemia vieram para ficar, entre elas a oferta de cultura de forma remota. Uma pesquisa realizada pela Fundação Itaú e pelo Datafolha, que entrevistou 2.400 pessoas, com expansão nas regiões metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro, mostrou que o consumo de produtos culturais aumentou no ano de 2023 e, entre os indicativos, temos a leitura de livros on-line e *e-books* que cresceu de 30% no ano de 2022, para 42% em 2023, e mostrou também que o acesso é maior entre as mulheres (44%) do que entre os homens (39%).

Atividades Culturais: online e presencial 2023

Estimulada e múltipla

Cursos livres são a única atividade em que as opções de realização online e presencial têm taxas de participação equivalentes, enquanto para todas as outras atividades, a preferência pela realização presencial é significativamente maior. As atividades presenciais mais populares são eventos ao ar livre, com 60% de adesão, e shows de música, festas folclóricas e cinema, cada um com cerca de 30% de adesão.



96% fizeram atividades culturais em 2023/ 93% realizaram online/ 82% realizaram presencial
Base: Rodízio 1 + 2. Atividades realizadas em 2023-Total da amostra (2405 entrevistas)//Fonte: P.11 Vou ler algumas atividades ou programas para que você me diga se realizou ou frequentou

Datafolha 40

Figura 1. Gráfico da pesquisa hábitos culturais / Fonte: Pesquisa Hábitos Culturais (Itaú Cultural).

A pesquisa citada acima identificou ainda que atividades culturais e físicas tendem a ser realizadas com mais frequência entre pessoas com grau de escolaridade maior. Isso nos mostra a importância da conscientização sobre o consumo de produtos culturais por toda a população, visto que os benefícios independem do grau de escolaridade, idade, classe social e afins.

METODOLOGIA

Como citado anteriormente, por se tratar de um assunto recente, os dados e estudos ainda são restritos. Para obter os resultados em relação às mudanças decorrentes da pandemia, o presente artigo se baseou em pesquisas de campo recentes, matérias publicadas em blogs, *e-books* e sites. Porém, Mainardes (2009) afirma que para a realização de uma pesquisa de campo, é preciso uma base teórica, uma experiência empírica e bibliográfica acerca do tema investigado (Mainardes,

2009). Dito isso, para obter resultados mais aprofundados, foram utilizadas também bibliografias de pesquisadores renomados na área da cultura.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em se tratando de hábitos culturais, a partir da pesquisa foram constatadas as diversas mudanças geradas pela pandemia de covid-19, no Brasil. No que diz respeito ao consumo de cultura on-line, contatou-se que, no ano de 2023, houve uma queda na realização de cursos on-line, visto que durante o confinamento essa era a única possibilidade de seguir estudando. Após o fim do confinamento, os cursos presenciais foram retomados e se mostraram ser preferência entre a população. Porém, vimos, também, que houve um aumento no consumo de expressões artísticas no formato on-line, hábito esse que veio para ficar, ampliando o consumo de cultura pela população brasileira.

CONCLUSÃO

De modo geral, esta pesquisa pretendeu abordar as mudanças trazidas pela pandemia de covid-19, destacar os agravantes gerados pelo isolamento social, ressaltar os benefícios do consumo de cultura e discorrer brevemente sobre os impactos dessas mudanças em relação aos hábitos culturais dos brasileiros.

Na condição de isolamento social foram experienciadas emoções que puseram em questão o “viver junto”. Se por um lado, o isolamento social nos arremessou, sem que pudéssemos escolher, na cotidianidade da vida restrita aos nossos lares, portanto, juntos das pessoas mais próximas, dialeticamente, nos afastou dos momentos vivenciados como respiro, e também de acesso ao humano genérico enquanto produção cultural resultante do trabalho humano, matéria de nossas mais elevadas reflexões (Medeiros; Dugnani; Souza, 2021, p. 6).

Em pouco tempo, a pandemia gerou profundas transformações na vida pessoal, profissional e social da população. Várias delas deverão sobreviver, sendo ainda muito cedo para afirmar quais mudanças provenientes da crise de covid-19 serão definitivas, ou, até mesmo, quais irão moldar o nosso futuro, em maior ou menor escala, por um curto período de tempo, por um longo período, para melhor ou para pior.

Como demonstrado neste artigo, as interações com a arte foram um instrumento fundamental no enfrentamento da crise vivida no cotidiano da pandemia, amenizando as diversas dificuldades trazidas pelo isolamento. Com as constatações em relação ao aumento de produtos culturais durante a pandemia, a partir das pesquisas aqui apresentadas, podemos concluir que, dentre as inúmeras mudanças geradas, esse acréscimo no acesso à arte será positivo e seus benefícios poderão ser comprovados a longo prazo.

Foi concluído também que é fundamental ampliar políticas culturais, com a intenção de democratizar o acesso, conscientizar e incentivar a partir de mecanismos de fomento, provenientes das políticas públicas culturais, tendo em vista os inúmeros benefícios que o aumento do consumo de produtos culturais é capaz de proporcionar à população.

A cultura tem um importante papel no processo de aprendizagem, pois ela permite não só a socialização, mas a discussão de diferentes saberes, nos mais diversos ambientes, entre eles no ambiente escolar. Através do aumento do consumo de produtos culturais podemos exemplificar vários temas, nas diferentes disciplinas do currículo escolar, facilitando a compreensão dos mesmos. Esse aspecto demonstra a importância e a urgência da ampliação das medidas de mediação cultural, formação de público, democratização, políticas públicas, entre outros mecanismos capazes de gerar importantes mudanças no nosso país.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R. C. do; FRANCO, P. A. I.; LIRA, A. L. G. **Pesquisa de Percepção dos Impactos da Covid-19 nos setores Cultural e Criativo no Brasil**. São Paulo: UNESCO, 2020. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374358_por. Acesso em: 20 maio 2023.

BESERRA, A. dos S. O Conceito de Hábito em a Estrutura do Comportamento de Merleau-Ponty. **Pólemos**, Brasília, DF, v. 1, n. 2, p. 90-101, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/polemhos/article/view/37867>. Acesso em: 20 maio 2023.

COELHO, T. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CUMINALE, N. **Guia de Saúde Mental Pós-Pandemia no Brasil**. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://biblioteca.cofen.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/Guia-de-saude-mental-pos-pandemia-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 20 maio 2023.

DUNGAI, L. A. C.; MEDEIROS, F. P.; SOUZA, V. L. T. A potência da dimensão humana da arte no enfrentamento do isolamento social: contribuições da psicologia histórico-cultural. **Revista Brasileira da Pesquisa Sócio-Histórico-Cultural e da Atividade**, v. 3, n. 2, p. 1-17, 2021. DOI: 10.29327/reb-pesq.2021.3.2.1. Disponível em: <https://www.rebpesq.com.br/index.php/reb-pesq/article/view/90>. Acesso em: 20 maio 2023.

FUNDAÇÃO Itaú e Datafolha revelam edição da pesquisa Hábitos Culturais. **Itaú Cultural**, São Paulo, 19 mar. 2024. Seção Notícias. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/noticias/fundacao-itaú-datafolha-revelam-edicao-pesquisa-habitos-culturais>. Acesso em: 21 mar. 2024.

HUMEREZ, D. Brasil vive uma segunda pandemia, agora na Saúde Mental. **Conselho Federal de Enfermagem**, Brasília, DF, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://www.cofen.gov.br/brasil-enfrenta-uma-segunda-pandemia-agora-na-saude-mental/>. Acesso em: 20 maio 2023.

JLEIVA CULTURA & ESPORTE. **Hábitos culturais dos paulistas**. Organização de João Leiva. São Paulo: Tuva, 2014.

MAINARDES, J. **Pesquisa etnográfica: elementos essenciais**. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009.