
Distanciamento Social no Brasil: Questões Sociodemográficas e a COVID-19

Social Distancing in Brazil: Sociodemographic Issues and COVID-19

GABRIEL HORN IWAYA 

JANAÍNA GULARTE CARDOSO 

PABLO MARLON MEDEIROS DA SILVA 

JOÃO HENRIQUES DE SOUSA JÚNIOR 

RESUMO

Este artigo objetiva analisar como os fatores sociodemográficos influenciam, favorável e desfavoravelmente, as crenças comportamentais, normativas e de controle acerca da adoção do distanciamento social. O método empregado foi o de levantamento *on-line* com amostragem não probabilística. A pesquisa contou com 786 participantes brasileiros, majoritariamente residentes na região Sul do país. Os resultados evidenciam que a distribuição das atitudes varia em função do sexo biológico e da faixa etária; a distribuição das normas subjetivas varia em função do sexo biológico e da faixa etária; e a distribuição do controle comportamental percebido varia em função da faixa etária, da escolaridade e da renda. Isso significa que mulheres, pessoas mais velhas, com maior nível educacional e com renda mais elevada são mais favoráveis à adoção do distanciamento social. Já homens, jovens, pessoas com menor nível educacional e renda mais baixa tendem a ser menos favoráveis. Essas informações podem servir para que as organizações públicas e privadas promovam o desenvolvimento de estratégias para a permanência do distanciamento físico da população no Brasil.

Palavras-chave: COVID-19. Distanciamento Social; Sociodemográficos.

ABSTRACT

This research aimed to analyze how the sociodemographic factors influence the formation of behavioral, normative and control beliefs - favorable or unfavorable - to the adoption of social distance. The methodological design was an online survey with non-probabilistic sampling. The survey included 786 Brazilian participants, mostly residents of the southern region of the country. The results show that the distribution of attitudes varies according to biological sex and age group; the distribution of subjective norms varies according to biological sex and age group; and the distribution of perceived behavioral control varies according to age, education and income. This means that women, older people, with a higher educational level and higher income are more favorable to the adoption of social distance. Men, young people, people with less education and lower income tend to be less favorable. This information can serve public and private organizations in the process of developing strategies to promote and engage the population in adopting the behavior of remaining at a social distance in Brazil.

Keywords: COVID-19. Social distancing; Sociodemographic.

1. INTRODUÇÃO

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) representa uma eminente crise de saúde pública mundial e um grande desafio para todas as sociedades. Diante da inexistência, até o momento, de uma vacina que levaria à contenção da doença, diversos países adotaram medidas de intervenção não farmacológicas com o objetivo de mitigar a transmissão do vírus, reduzindo os níveis de contato na população (Barros-Delben et al., 2020; Iwaya, Cardoso, Sousa Júnior & Steil, 2020; Lana et al., 2020; Vendramine, Nobre & Vieira, 2021).

Entre as intervenções adotadas para conter a propagação do vírus, destacam-se políticas destinadas a regular o comportamento e os hábitos sociais das pessoas, por meio do distanciamento social. Autoridades e especialistas em saúde reforçam a importância de manter uma distância física de outras pessoas e evitar multidões, aglomerações, para mitigar a extensão e a velocidade da propagação da COVID-19 (Pedersen & Favero, 2020).

A medida de distanciamento social, amplamente empregada em muitas nações, configura-se como a estratégia mais efetiva de mitigação do vírus. Seu objetivo é o de fazer com que as pessoas diminuam a frequência de atividades pessoais, profissionais e sociais fora de seus lares, favorecendo, conseqüentemente, a permanência das mesmas em suas casas. Conforme a publicação do Imperial College, estima-se que a medida precisa ser adotada por 75% da população para que haja uma mitigação efetiva (Ferguson et al., 2020).

Diante desse cenário, o estudo de Iwaya et al. (2020), realizado no início da confirmação dos casos do novo coronavírus no Brasil, buscou compreender quais são os fatores que influenciam diretamente a intenção de permanecer em distanciamento social em uma amostra brasileira. O estudo foi realizado com base no modelo da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) que estabelece que a intenção de permanecer em distanciamento social pode ser explicada com base em três conjuntos distintos de crenças (comportamentais, normativas e de controle) que consolidam os respectivos construtos: atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido. Os resultados obtidos pela pesquisa de Iwaya et al. (2020) apontam que as normas subjetivas e as atitudes com relação a medida de distanciamento social são os principais preditores da intenção de permanecer em distanciamento social.

Os pressupostos teóricos da Teoria do Comportamento Planejado estabelecem que a intenção de realizar um comportamento é o antecedente último do comportamento propriamente dito. A intenção, por sua vez, pode ser predita pelas atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido. Em suma, esses construtos são conjuntos de crenças (comportamentais, normativas e de controle) que são estabelecidas ao longo da vida de um indivíduo com base em fatores antecedentes: individuais, sociais e informativos. Dentre esses fatores antecedentes, podem ser destacados os sociodemográficos (Fishbein & Ajzen, 2010).

Neste sentido, a presente pesquisa tem por objetivo analisar como os fatores sociodemográficos influenciam a formação de crenças comportamentais, normativas e de controle – favoráveis ou desfavoráveis – relativas à adoção do distanciamento social.

O estudo ajuda a prever a intenção de permanecer em distanciamento social, evidenciando quais são as categorias sociodemográficas mais ou menos favoráveis a adoção da medida. Ademais, as análises sociodemográficas da população podem permitir a elaboração de políticas promocionais e regulatórias com o objetivo de manter e sustentar o distanciamento social em longo prazo. Isso é importante, uma vez que a medida do distanciamento social mostra-se como um meio eficaz para conter a disseminação da COVID-19, apesar de pesquisas sugerirem que a adesão do público tenderá a atenuar-se com o tempo (Pedersen & Favero, 2020).

As descobertas aqui apresentadas podem incentivar as autoridades de saúde e governamentais, bem como os formadores de políticas públicas a realizarem esforços no sentido de informar e convencer o público da importância do distanciamento social, visando principalmente ações educativas de comunicação, através das mídias tradicionais e digitais, onde o público tem menos probabilidade de se envolver com o distanciamento social. Além destes, tais descobertas ainda outorgam que haja uma alocação de recursos mais efetiva, pois possibilitam concentrar as estratégias governamentais em grupos demográficos específicos.

2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO

Dentro do campo de estudos do comportamento do consumidor, a pesquisa do consumidor inclui uma ampla gama de atividades humanas (Calder & Tybout, 1987), e significa “o estudo dos processos onde há aquisição, uso e disposição de todos os tipos de produtos que têm valor para aquilo que o homem deseja” (Holbrook, 1987, p. 131). Neste sentido, Inman et al. (2018) apontam que os estudos sobre o consumidor incluem os processos de busca, aquisição, consumação e experiência, compartilhamento e descarte de produtos e serviços.

De forma conceitual, comportamento do consumidor corresponde à interação entre afeto e cognição, comportamento e ambiente, meio pelo qual os seres humanos conduzem as ações relacionadas à troca (Peter & Olson, 2009). Consiste ainda nos processos psicológicos e sociais das pessoas quando da aquisição, utilização e eliminação dos produtos, serviços, ideias e práticas (Bagozzi,

Gürhan-Canli & Priester, 2002). E, como campo de estudo, vincula fatores individuais, sociais e de informação como pré-requisito para as atitudes que influenciam o comportamento do consumidor (Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 2005).

O estudo do comportamento do consumidor é uma das escolas de Marketing mais tradicionais e academicamente sedimentadas na área de Administração. Envolve pesquisadores oriundos de outras áreas acadêmicas, como Sociologia, Psicologia, História, Ciência Política, Economia, Neurologia, entre outras, o que acaba por estabelecer interdisciplinaridade e, por consequência, traz diferenças em visões e posicionamentos (Sheth, Gardner & Garrett, 1988; Macinnis & Folkes, 2010; Dahl et al. 2014).

Trata-se de um campo que constrói integração intelectual e metodológica entre áreas, pois fenômenos e problemas de consumo são multifacetados e muitas vezes não podem ser totalmente alicerçados em uma única perspectiva disciplinar (Peracchio et al., 2014).

No que tange à interseccionalidade entre *Marketing* e Psicologia, a aproximação entre as áreas foi determinante para a definição do conceito de consumidor e, especificamente, para o desenvolvimento de pesquisas sobre o comportamento do consumidor e das práticas de consumo (Justo & Massimi, 2017). Ambas as áreas desenvolvem esforços de investigação com o objetivo de explicar quais são os possíveis fatores que determinam os comportamentos de consumo.

Explicar e prever o comportamento dos indivíduos é um dos objetivos nucleares de pesquisa na área do comportamento do consumidor e da psicologia social. À vista disso, diversas teorias foram criadas e vêm sendo estudadas, testadas e comparadas entre si, com o intuito de desenvolver cada vez mais o entendimento sobre o comportamento humano, e, por consequência, do consumidor (Moura et al., 2010). Dentre essas, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é, segundo Armitage e Christian (2003), a mais difundida entre os pesquisadores. Hagger et al. (2019) apontam que a eficácia da TCP já foi constatada por mais de 2000 pesquisas e 30 meta-análises.

Ajzen (1985) desenvolveu a TCP como uma extensão da Teoria da Ação Racional (TAR) de Fishbein e Ajzen (1975) para compreender melhor o consumidor e seu comportamento, sendo o controle comportamental percebido como o componente diferencial entre

as duas teorias (Armitage & Conner, 2001). A TCP é um desenvolvimento da TAR, uma vez que, além de considerar as atitudes dos indivíduos em relação ao seu comportamento e às normas subjetivas, as quais são resultado da pressão social que as pessoas sofrem, também inclui o controle comportamental percebido pelo indivíduo, isto é, a sua percepção acerca da sua capacidade de agir de determinada forma (Ajzen, 2002).

O modelo da TCP é amplamente empregado com o objetivo de explicar e prever diversos tipos de comportamentos humanos. Conforme Ajzen (1991), o pressuposto central da TCP é o de que todo comportamento é antecedido por uma intenção comportamental. A intenção, por sua vez, é formada a partir de um processo cognitivo que engloba uma “decisão para agir” atrelada a um “esforço potencial” a ser realizado para a execução de um comportamento. Pode-se dizer que quanto maior for a intenção de um indivíduo realizar um determinado comportamento, maior será a probabilidade de esse comportamento acontecer (Ajzen, 1985).

De acordo com a TCP, a intenção comportamental é precedida por três principais conjuntos de crenças: comportamentais, normativas e de controle. Respectivamente, esses conjuntos de crenças conformam as variáveis: atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido. É com base nessas crenças subjacentes, estabelecidas ao longo da vida, que um indivíduo delibera a respeito de uma tomada de decisão. Realizada a deliberação no plano psicológico, ela passa a anteceder o comportamento do sujeito no plano prático. Pode-se dizer que quanto mais favoráveis forem as atitudes, normas subjetivas e quanto maior for o controle comportamental percebido associado ao desempenho de um comportamento, maior será a intenção de realizar esse comportamento. Esse processo de formação da intenção, baseado em conjuntos de crenças e sua relação com o comportamento, constituem os objetos centrais da TCP (Ajzen, 1991; Fishbein; Ajzen, 1975). Uma representação esquemática do modelo da TCP pode ser observada na Figura 1.

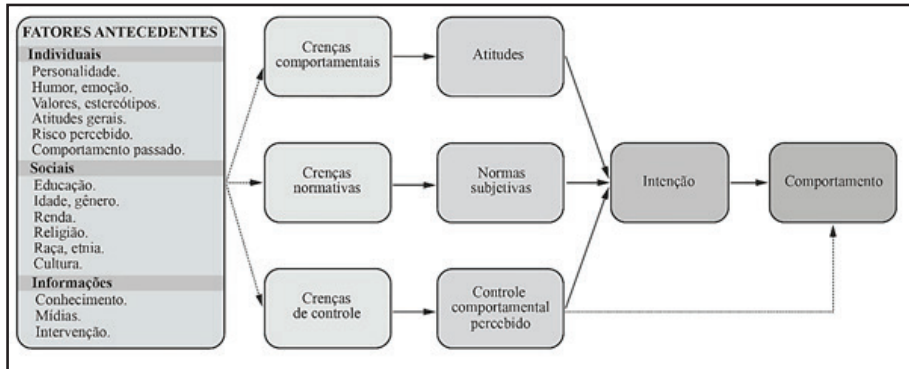


Figura 1. Modelo da Teoria do Comportamento Planejado.

Fonte: Adaptado de Fishbein e Ajzen (2010).

As atitudes retratam um conjunto de crenças comportamentais expressas na conexão de atributos a um objeto. Em suma, as atitudes consolidam-se como um conjunto de crenças avaliativas, favoráveis ou desfavoráveis, com relação ao objeto-alvo da atitude. Para cada crença comportamental também é conferida uma avaliação subjetiva sobre a veracidade dessa associação (Ajzen, 1991; Fishbein; Ajzen, 2010; Hagger et al., 2019; Iwaya et al., 2020).

Já as normas subjetivas são reflexos das crenças normativas associadas à percepção da pressão social exercida sobre uma pessoa pelos seus pares. As crenças pressupõem a expectativa subjetiva de que as pessoas consideradas de referência para um indivíduo (ex. pais, família, amigos, cônjuge, colegas de trabalho etc.) aprovelem ou censurem determinado comportamento. A percepção da pressão social está vinculada também à motivação da pessoa para ceder à pressão (Ajzen, 1991; Fishbein; Ajzen, 2010; Hagger et al., 2019; Iwaya et al., 2020).

O controle comportamental percebido, por sua vez, é caracterizado por um conjunto de crenças relacionadas à percepção de fatores de controle (facilitadores ou impeditivos) associados ao desempenho do comportamento (Ajzen, 1991). Segundo Ajzen e Cote (2008), são considerados fatores de controle: habilidades requeridas, disponibilidade ou falta de tempo, dinheiro ou outros recursos, etc. Tais crenças contribuem na formação do controle comportamental per-

cebido, conformando um senso de autoeficácia individual (Fishbein; Ajzen, 2010; Hagger et al., 2019; Iwaya et al., 2020).

Em conjunto, atitude em relação ao comportamento, norma subjetiva e a percepção de controle comportamental, conduzem à formação de uma intenção comportamental (Ajzen, 1985). Intervenções com o objetivo de modificar padrões comportamentais podem ser planejadas levando em consideração mensagens persuasivas que influenciem as crenças comportamentais, normativas e de controle. Essas crenças, por sua vez, influenciariam a formação de intenções comportamentais favoráveis ou desfavoráveis com relação ao desempenho de um comportamento. Pressupõe-se que a mudança ou a acentuação de crenças resulte na formação de novas intenções comportamentais ou na intensificação de intenções preexistente, aumentando a chance de o comportamento ser realizado (Ajzen, 2002).

2.1 Fatores antecedentes sociodemográficos

Os estudos de Ajzen (1991) e Fishbein e Ajzen (2010) ligam fatores individuais, sociais e de informação como pré-requisitos para as atitudes que influenciarão o comportamento humano.

A partir da influência dos fatores antecedentes, Fishbein e Ajzen (2010) estabelecem quatro conjecturas: 1^a) a intenção é o antecedente imediato do comportamento; 2^a) a intenção é estabelecida pela atitude em relação ao comportamento, norma subjetiva e controle comportamental percebido; 3^a) estes determinantes são funções, respectivamente, de crenças comportamentais, de crenças normativas e de controle; e 4^a) essas crenças alicerçam-se em função de uma série de fatores, chamados de *background* ou antecedentes, que envolvem características individuais, sociais e de informação.

Dessa forma, a TCP enfatiza a importância dos fatores antecedentes como variáveis subjacentes influenciadoras da relação intenção-comportamento. Conforme o modelo apresentado na Figura 1, esses fatores antecedentes **têm um papel implícito e indireto sobre os determinantes do comportamento.**

Muitos estudos nas ciências sociais e comportamentais fornecem informações sobre diferenças de comportamento devido a variáveis da estrutura social, características demográficas ou atributos pessoais. Na visão de Fishbein e Ajzen (2010), isso ocorre, pois,

os tipos de experiências que as pessoas têm variam em função de características pessoais (por exemplo, personalidade, temperamento, inteligência, valores), fatores sociais e culturais (por exemplo, etnia, raça, religião, educação) e exposição à mídia e outras fontes de informação.

No que tange aos fatores antecedentes sociais, esses incluem educação, idade, gênero, renda, religião, raça/etnia e cultura. Neste ínterim, independentemente do comportamento sob investigação, a maioria dos estudos aborda as características demográficas da população pesquisada (Fishbein & Ajzen, 2010).

Tal afirmação já era sustentada por estudos como o de Straughan e Roberts (1999), no qual os autores defendem que as variáveis sociodemográficas são relevantes para compreender o comportamento.

Tratando especificamente de pandemias e distanciamento social, dois estudos abordam os fatores sociodemográficos. Bish e Michie (2010) realizaram uma revisão bibliométrica com o objetivo de identificar as principais variáveis demográficas e psicológicas associadas ao comportamento protetor durante uma pandemia.

Recentemente, Pedersen e Favero (2020), estudaram o distanciamento social nos EUA durante a pandemia da COVID-19, e mostraram que alguns fatores demográficos ajudam a prever a intenção de aderir ao distanciamento social.

Assim sendo, para o presente estudo, considerar-se-á sexo biológico, idade, formação, estado civil, ocupação e renda como variáveis sociodemográficas. A segmentação da amostra nessas categorias pode permitir analisar como os fatores sociodemográficos influenciam a formação de crenças comportamentais, normativas e de controle – favoráveis ou desfavoráveis – à **adoção de distanciamento social. Essas crenças, por sua vez,** conformam as atitudes, as normas subjetivas e o controle comportamental percebido, e é sabido que as duas primeiras são as principais preditoras da intenção de permanecer em distanciamento social (Fishbein & Ajzen, 2010; Iwaya et al., 2020).

A delimitação das variáveis sociodemográficas se justifica à medida que estabelece um recorte para os fatores antecedentes. Isso aumenta a precisão e, conseqüentemente, a credibilidade do estudo, bem como o torna exequível. Além disso, corrobora com o estudo

já publicado de Iwaya et al. (2020), pois amplia o entendimento da intenção de permanecer em distanciamento social no Brasil. Para mais, dados sociodemográficos em relação ao distanciamento podem ser usados para ajudar a orientar a alocação de recursos para populações em risco. Quando diferenças demográficas são encontradas, elas podem estimular a exploração de possíveis razões para as diferenças observadas (Fishbein & Ajzen, 2010).

Segundo os autores supracitados, existem evidências de que as diferenças comportamentais estão realmente associadas a características demográficas. Em suma, muitos comportamentos estão associados a uma ou mais características demográficas. Gustafsson (1998) destaca que mulheres e homens diferem em suas percepções de risco. Além disso, Pedersen e Favero (2020) evidenciaram questões demográficas que podem ajudar a prever intenções e atitudes de distanciamento social durante o COVID-19. E Bish e Michie (2010) sugerem que as intervenções projetadas para aumentar o comportamento de proteção durante uma pandemia devem ser adaptadas para grupos específicos de indivíduos, conforme as variáveis demográficas.

Ao incluir os fatores antecedentes na TCP no contexto do distanciamento social, poder-se-á investigar até que ponto eles influenciam as crenças comportamentais, normativas e de controle em relação ao comportamento específico sob investigação. No entanto, relativamente poucos estudos analisaram variáveis sociodemográficas em relação a essas crenças relevantes para o comportamento (Fishbein & Ajzen, 2010).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa quantitativa, com levantamento *online* e amostra **não probabilística** (Shauqhnessy, Zechmeister & Zechmeister, 2012).

O instrumento utilizado foi um questionário, elaborado no *Google Forms*, com coleta de dados via redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp), no período de 31/03/2020 até 06/04/2020. Para desenvolver tal instrumento de coleta de dados, a Escala de Intenção de Distanciamento Social (EIPDS) desenvolvida por Iwaya et al. (2020) foi utilizada como referência.

O aporte da EIPDS se justifica, uma vez que essa possui índices satisfatórios de consistência interna para os construtos atitudes ($\alpha = 0,90$), normas subjetivas ($\alpha = 0,93$) e controle comportamental percebido ($\alpha = 0,78$). Sua solução fatorial apresenta medida de Kaiser-Meyer-Olkin excelente (0,92) e o teste de esfericidade de Bartlett evidenciou a rejeição da hipótese nula [$\chi^2(91) = 10.816,67, p < 0,00$]. A EIPDS também apresenta evidências significativas de que os construtos atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido explicaram 85% da variação da intenção de permanecer em distanciamento social. Outrossim, os itens relacionados com o construto da intenção de permanecer em distanciamento social não foram considerados, pois as investigações desse estudo centram-se nas relações entre as variáveis sociodemográficas e os construtos preditores da intenção de permanecer em distanciamento social.

Dessa forma, o questionário foi composto por questões sociodemográficas (sexo biológico, idade, escolaridade, estado civil, ocupação, renda e estado) e relacionadas aos construtos da TCP: atitudes (três itens) – ATT, normas subjetivas (quatro itens) – NS, controle comportamental percebido (três itens) – CCP. Para a mensuração dos construtos foi utilizada a escala Likert de sete pontos (discordo totalmente/concordo totalmente). Os itens utilizados por esse estudo encontram-se na Figura 2.

Cabe destacar que, antes de responder ao questionário, foi apresentada aos participantes a definição de distanciamento social (Ferguson et al., 2020). Na sequência, era solicitado às pessoas que não pudessem escolher por permanecer em distanciamento social (ex.: profissionais da área da saúde, de supermercados, de segurança pública, farmácias, etc.) que não respondessem à pesquisa. Dessa forma, para acessar ao questionário deste estudo, era necessário responder afirmativamente a dois critérios: 1) ter idade superior a 18 anos; e, 2) ser do grupo de pessoas que podem escolher permanecer em distanciamento social.

Dimensão Teórica	Itens
Atitudes	ATT2 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir bem.
	ATT4 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir seguro (a).
	ATT6 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir tranquilo (a).
Normas Subjetivas	NS1 – Pessoas, cuja opinião eu valorizo, aprovariam minha decisão por permanecer em distanciamento social pelos próximos dias
	NS2 – A maioria das pessoas que são importantes para mim gostaria que eu permanecesse em distanciamento social pelos próximos dias.
	NS4 – A maioria das pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria permanecer em distanciamento social pelos próximos dias.
	NS5 – Pessoas, cuja opinião eu valorizo, gostariam que eu permanecesse em distanciamento social pelos próximos dias.
Controle Comportamental Percebido	CCP1 – Considero que permanecer em distanciamento social pelos próximos dias é algo que depende apenas da minha vontade.
	CCP4 – Considero que permanecer em distanciamento social depende apenas da minha decisão e não das condições externas.
	CCP5 – Estou confiante de que, se eu quiser, posso decidir por permanecer em distanciamento social pelos próximos dias.

Figura 2. *Itens utilizados para a mensuração das variáveis da TCP.*

Fonte: Adaptado de Iwaya et al. (2020).

Por fim, a análise de dados foi realizada com a utilização de técnicas estatísticas descritivas e aplicação do teste não-paramétrico de Kruskal-Wallis para amostras independentes, com o objetivo de verificar se a distribuição das atitudes, normas subjetivas e do controle comportamental percebido sofre variação em função das

categorias das variáveis sociodemográficas. Testes de Mann-Whitney também foram utilizados para acompanhamento dos achados, considerando a comparação par a par das medianas dos postos entre as categorias das variáveis sociodemográficas que apresentaram nível de significância aceitável ($p > 0,05$). Nessas comparações, os valores de significância foram ajustados pela correção de Bonferroni para múltiplos testes (Hair et al., 2009).

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta pesquisa contou com 726 participantes, de 17 estados do Brasil, distribuídos entre 109 municípios. A maioria dos participantes reside na região Sul do país (87,30%), com a seguinte distribuição: Santa Catarina (78,90%), Rio Grande do Sul (5,80%) e Paraná (2,60%). Os demais participantes são residentes das regiões: sudestes (5,90%), nordeste (3,60%), centro-oeste (1,70%) e norte (1,50%). O perfil sociodemográfico dos participantes pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico

Variáveis Sociodemográficas	Frequências	Porcentagem
Sexo biológico		
Feminino	453	62,40
Masculino	273	37,60
Faixa etária		
18 – 27 anos	343	47,25
28 – 37 anos	195	26,86
38 – 47 anos	98	13,50
48 – 57 anos	58	7,99
Acima de 58 anos	32	4,41
Nível de escolaridade		
Ensino médio completo	294	40,50
Ensino superior	192	26,45
Pós-graduação (especialização)	96	13,22
Mestrado	77	10,61
Doutorado	67	9,23

Variáveis Sociodemográficas	Frequências	Porcentagem
Estado civil		
Solteiro (a)	443	61,00
Casado (a) / União estável	238	32,80
Divorciado (a) /Separado (a) / Viúvo (a)	45	6,20
Ocupação		
Com vínculo empregatício	466	64,20
Sem vínculo empregatício	260	35,80
Renda familiar		
Até 3 salários mínimos	273	37,60
Entre 3 e 6 salários mínimos	197	27,13
Entre 6 e 9 salários mínimos	100	13,77
Entre 9 e 12 salários mínimos	68	9,37
Entre 12 e 15 salários mínimos	43	5,92
Acima de 15 salários mínimos	45	6,20

Fonte: Dados Primários (2020).

Mediante os dados supracitados, pode-se observar a prevalência de pessoas do sexo biológico feminino (62,40%), com idade entre 18 e 27 anos (47,25%), ensino médio completo (40,50%), solteiras (61%), com vínculo empregatício (64,20%) e renda familiar de até 3 salários mínimos (37,60%).

4.1 Teste de Kruskal-Wallis para amostras independentes e comparações pareadas

O teste de Kruskal-Wallis demonstrou que a distribuição das **atitudes** é afetada pelas variáveis sexo biológico [H (1) = 14,04, $p < 0,00$] e faixa etária [H (4) = 16,20, $p < 0,00$], enquanto que as variáveis escolaridade, estado civil, ocupação e renda familiar não demonstraram efeito significativo ($p > 0,05$). Os resultados evidenciam que pessoas do sexo feminino apresentam atitudes mais favoráveis com relação

a adoção da medida de distanciamento social e a distribuição das atitudes também varia conforme a faixa etária. Os valores dos testes de Kruskal-Wallis para distribuição das atitudes entre as categorias das variáveis sociodemográficas podem ser observados na Tabela 2.

Tabela 2 – Testes de Kruskal-Wallis para distribuição das atitudes

Variáveis Sociodemográficas	Atitudes		
	Médias	H (gl)	p-valor
Sexo biológico			
Feminino	6,02	14,04 (1)	0,00
Masculino	5,58		
Faixa etária			
18 – 27 anos	5,77	16,20 (4)	0,00
28 – 37 anos	5,77		
38 – 47 anos	5,95		
48 – 57 anos	6,01		
Acima de 58 anos	6,66		
Nível de escolaridade			
Ensino médio completo	5,80	4,81 (4)	0,31
Ensino superior	5,57		
Pós-graduação (especialização)	6,11		
Mestrado	6,17		
Doutorado	6,19		
Estado civil			
Solteiro (a)	5,84	2,12 (2)	0,35
Casado (a) / União estável	5,86		
Divorciado (a) / Separado (a) / Viúvo (a)	5,98		
Ocupação			
Com vínculo empregatício	5,85	0,67 (1)	0,41
Sem vínculo empregatício	5,86		

Variáveis Sociodemográficas	Atitudes		
	Médias	H (gl)	p-valor
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	5,66	3,56 (5)	0,61
Entre 3 e 6 salários mínimos	6,02		
Entre 6 e 9 salários mínimos	5,80		
Entre 9 e 12 salários mínimos	6,00		
Entre 12 e 15 salários mínimos	6,02		
Acima de 15 salários mínimos	6,04		

Fonte: Dados Primários (2020).

Os valores dos testes de Mann-Whitney, considerando a comparação par a par das medianas dos postos entre as categorias da variável faixa etária, demonstraram que as pessoas pertencentes as categorias de idade de “18 – 27 anos” e “28 – 37 anos” apresentam atitudes menos favoráveis à adoção do distanciamento social em comparação com as pessoas pertencentes a categoria de faixa etária “acima de 58 anos” ($p < 0,05$).

A partir dos testes anteriormente apresentados, verifica-se que as categorias sociodemográficas sexo biológico e faixa etária influenciam a formação de crenças comportamentais, sendo as mulheres e as pessoas mais velhas as mais favoráveis à adoção do distanciamento social. Essas crenças, por sua vez, conformam as atitudes, as quais são preditoras da intenção de permanecer em distanciamento social (Fishbein; Ajzen, 2010; Iwaya et al., 2020). Quanto maior for a intenção de permanecer em distanciamento social, maior a chance do comportamento se concretizar.

As pesquisas de Bish e Michie (2010) e Pedersen e Favero (2020) também demonstram que pessoas de faixa etária mais elevada tendem a nutrir crenças mais favoráveis com relação à adoção de medidas de distanciamento e/ou a adotar efetivamente o comportamento. Complementarmente, pessoas mais velhas parecem exibir

uma preocupação maior com a situação da COVID-19 e os riscos à saúde associados (Pedersen & Favero, 2020).

Com base nesses achados, pode-se justificar que o desenvolvimento de campanhas de promoção de adoção da medida de distanciamento deve procurar elaborar mensagens persuasivas votando-se principalmente para a “conscientização” dos grupos menos favoráveis à tal adoção como, por exemplo, os homens e as pessoas mais jovens.

A aplicação do teste de Kruskal-Wallis também revelou que a distribuição das **normas subjetivas** é afetada pelas variáveis sexo biológico [H (1) = 6,32, $p < 0,01$] e faixa etária [H (4) = 11,73, $p < 0,02$], enquanto que as variáveis escolaridade, estado civil, ocupação e renda familiar não demonstraram efeito significativo ($p > 0,05$). Logo, pode-se afirmar que a percepção da pressão social para a adoção da medida de distanciamento social é maior entre as pessoas do sexo feminino e varia conforme a faixa etária. Os valores dos testes de Kruskal-Wallis para distribuição das normas subjetivas entre as categorias das variáveis sociodemográficas encontram-se na Tabela 3.

Tabela 3 – Testes de Kruskal-Wallis para distribuição das normas subjetivas.

Variáveis Sociodemográficas	Normas Subjetivas		
	Médias	H (gl)	p-valor
Sexo biológico			
Feminino	6,37	6,32 (1)	0,01
Masculino	6,14		
Faixa etária			
18 – 27 anos	6,26	11,73 (4)	0,02
28 – 37 anos	6,23		
38 – 47 anos	6,32		
48 – 57 anos	6,25		
Acima de 58 anos	6,87		
Nível de escolaridade			
Ensino médio completo	6,26	3,72 (4)	0,45
Ensino superior	6,02		
Pós-graduação (especialização)	6,52		

Variáveis Sociodemográficas	Normas Subjetivas		
	Médias	H (gl)	p-valor
Mestrado	6,49		
Doutorado	6,59		
Estado civil			
Solteiro (a)	6,31	0,21 (2)	0,90
Casado (a) / União estável	6,28		
Divorciado (a) / Separado (a) / Viúvo (a)	6,09		
Ocupação			
Com vínculo empregatício	6,26	0,05 (1)	0,82
Sem vínculo empregatício	6,34		
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	6,12	5,18 (5)	0,39
Entre 3 e 6 salários mínimos	6,37		
Entre 6 e 9 salários mínimos	6,38		
Entre 9 e 12 salários mínimos	6,54		
Entre 12 e 15 salários mínimos	6,20		
Acima de 15 salários mínimos	6,43		

Fonte: Dados Primários (2020).

Os valores dos testes de Mann-Whitney, considerando a comparação par a par das medianas dos postos entre as categorias da variável faixa etária, também validaram que as pessoas pertencentes as categorias de idade de “18 – 27 anos” e “28 – 37 anos” possuem menor percepção de pressão social (normas subjetivas) para adotar a medida de distanciamento social, em comparação com as pessoas pertencentes a categoria de faixa etária “acima de 58 anos” ($p < 0,05$).

Sob essa perspectiva, pode-se afirmar que as categorias sociodemográficas das variáveis sexo biológico e idade influenciam a formação de crenças normativas. Ou seja, mulheres e pessoas com idade superior a 58 anos apresentam maior percepção de pressão social relacionada com a adoção da medida de distanciamento social. As crenças normativas conformam o construto das normas subjetivas,

principal preditor da intenção de permanecer em distanciamento social (Iwaya et al., 2020).

Esses dados são consistentes com os estudos de Bish e Michie (2010) e Pedersen e Favero (2020). As mulheres são mais propensas que os homens a adotar comportamentos de precaução e prevenção, bem como a seguir comportamentos recomendados diante de uma pandemia. Também são mais suscetíveis a cumprir as restrições de quarentena em casa. E considerando o padrão idade, as mulheres mais velhas, geralmente, **têm maior probabilidade de realizar comportamentos** que evitem riscos de contaminação (Bish & Michie, 2010).

Na pesquisa de Pedersen e Favero (2020), as mulheres apresentam níveis mais altos de distanciamento social, quando comparadas aos homens. Por outro lado, existe constatações que os homens permanecem mais tempo em distanciamento social. Além disso, a categoria idade está associada “indiretamente” ao cumprimento do distanciamento social. Pessoas mais velhas exibem uma preocupação maior com a situação da COVID-19 e com os riscos associados à saúde, fatores esses fortemente associados com comportamentos sociais de distanciamento.

O último conjunto de testes de Kruskal-Wallis demonstrou que a distribuição do **controle comportamental percebido** é afetada pelas variáveis: sexo biológico [H (1) = 3,40, $p < 0,06$], faixa etária [H (4) = 48,32, $p < 0,00$], escolaridade [H (4) = 16,61, $p < 0,00$], estado civil [H (2) = 17,51, $p < 0,00$], e renda familiar [H (5) = 16,37, $p < 0,01$]. A variável ocupação não obteve efeito significativo ($p > 0,05$). Os valores dos testes de Kruskal-Wallis para distribuição do controle comportamental percebido entre as categorias das variáveis socio-demográficas encontram-se na Tabela 4.

Tabela 4 – Testes de Kruskal-Wallis para distribuição do controle comportamental percebido.

Variáveis Sociodemográficas	Controle Comportamental Percebido		
	Médias	H (gl)	p-valor
Sexo biológico			
Feminino	3,96	3,40 (1)	0,06
Masculino	4,22		
Faixa etária			
18 – 27 anos	3,67	48,32 (4)	0,00
28 – 37 anos	4,22		
38 – 47 anos	4,32		
48 – 57 anos	4,72		
Acima de 58 anos	5,26		
Nível de escolaridade			
Ensino médio completo	3,83	16,61 (4)	0,00
Ensino superior	4,01		
Pós-graduação (especialização)	4,33		
Mestrado	4,24		
Doutorado	4,63		
Estado civil			
Solteiro (a)	3,88	17,51 (2)	0,00
Casado (a) / União estável	4,26		
Divorciado (a) / Separado (a) / Viúvo (a)	4,81		
Ocupação			
Com vínculo empregatício	4,09	0,67 (1)	0,41
Sem vínculo empregatício	4,00		
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	3,84	16,37 (5)	0,01
Entre 3 e 6 salários mínimos	4,00		
Entre 6 e 9 salários mínimos	4,14		
Entre 9 e 12 salários mínimos	4,33		
Entre 12 e 15 salários mínimos	4,74		
Acima de 15 salários mínimos	4,45		

Fonte: Dados Primários (2020).

Diante dos dados supracitados, observa-se que as categorias sociodemográficas das variáveis sexo biológico, idade, formação, estado civil e renda influenciam a formação de crenças de controle, sendo as pessoas mais velhas, com nível de escolaridade mais elevado e renda mais alta as que apresentam diferentes percepções sobre o nível de dificuldade relacionado ao desempenho do distanciamento social. Essas crenças de controle, por sua vez, conformam o controle comportamental percebido. (Fishbein & Ajzen, 2010; Iwaya et al., 2020).

Embora o tamanho de efeito do controle comportamental percebido como preditor da intenção de distanciamento social – IPDS tenha sido pequeno/baixo no estudo de Iwaya et al (2020), a inclusão do construto no modelo melhorou a predição do modelo de modo geral e sua relação preditiva foi significativa. É possível que, com aplicação da escala com outras populações, o tamanho de efeito do controle comportamental percebido como preditor da IPDS varie e o preditor demonstre maior valor explicativo e tamanho de efeito quando inserido no modelo.

Fishbein e Ajzen (2010) apontam que os construtos podem apresentar tamanhos de efeitos distintos em populações heterogêneas e de países diferentes. *Backgrounds* culturais diferenciados podem favorecer a consolidação de crenças dispares que, por sua vez, consolidam atitudes, normas e controle comportamental percebido com pesos distintos.

Os achados quanto ao controle comportamental percebido indicam que pessoas do sexo biológico feminino percebem a adoção do distanciamento social com um comportamento mais difícil de ser realizado, sobre o qual apresentam menor percepção de controle (autoeficácia). Pedersen e Favero (2020) explicam que as mulheres apresentam níveis mais altos de distanciamento social, no entanto, sua predisposição tende a se atenuar ao longo do tempo. Assim sendo, deve-se elaborar políticas regulatórias e ações de comunicação, voltadas para mulheres, destinadas a manter e sustentar o distanciamento social no longo prazo.

Os valores dos testes de Mann-Whitney, considerando a comparação par a par das medianas dos postos entre as categorias da variável faixa etária, revelaram que as pessoas pertencentes as ca-

tegorias de idade de “18 – 27 anos” apresentam menor percepção de controle comportamental, em comparação com as outras faixas etárias ($p < 0,05$). As pessoas com faixa etária entre “28 – 37 anos” também exibem menor percepção de controle comportamental, em comparação com as pessoas pertencentes a categoria de faixa etária “acima de 58 anos” ($p < 0,05$).

Tais evidências assinalam que pessoas mais jovens apresentam menor senso de autoeficácia com relação a adoção da medida de distanciamento social. Ou seja, elas percebem a adoção desse comportamento como algo mais difícil de ser realizado. Bezerra et al. (2020, p. 2412) complementam essa questão ao afirmarem que os “jovens estão mais vulneráveis à contaminação pela COVID-19, pois estão menos isolados que os idosos”.

Examinando a influência da idade nos comportamentos de proteção em pandemias se verifica que pessoas mais velhas tendem a evitar mais interações sociais. Ademais, quanto mais avançada a idade maior propensão a adotar comportamentos de autoproteção, pois quanto mais velhos, mais os indivíduos se sentem suscetíveis a doenças (BISH; MICHIE, 2010). As evidências quanto as faixas etárias indicam que o aumento da idade está associado a uma maior chance de realizar distanciamento social.

A diferença, considerando a comparação par a par das medianas dos postos, entre as categorias da variável escolaridade, apenas foi significativa entre as categorias “ensino médio completo” e “doutorado” ($p > 0,00$). Esse resultado indica que as pessoas com doutorado apresentaram maior percepção de controle sobre a adoção da medida de distanciamento social apenas em comparação com as pessoas que declararam possuir escolaridade “ensino médio completo”. O nível de escolaridade parece influenciar a percepção de controle apenas com relação a categorias bastante distantes de escolaridade. Mas, há indícios de que pessoas com maior nível educacional são mais propensas a comportamentos de precaução durante pandemias, tal como a da COVID-19 (Bish & Michie, 2010; Pedersen & Favero, 2020).

Na comparação par a par das medianas dos postos entre as categorias da variável estado civil, os (as) “solteiros (as)” tiveram diferença significativa em comparação com as categorias “Casado

(a) /União estável” e “Divorciado (a) /Separado (a) /Viúvo (a)”. De tal forma que as pessoas solteiras apresentaram menor percepção de controle sobre a adoção da medida de distanciamento social em relação as outras categorias de estado civil. Segundo Bish e Michie, poucos estudos incluem a categoria demográfica estado civil, mas existem indícios de que pessoas casadas têm maior probabilidade de cumprir diretrizes de quarentena. E a influência do estado civil não é examinada por Pedersen e Favero (2020) na sua análise de distanciamento social. No entanto, os dados aqui apresentados indicam que pessoas solteiras são menos inclinadas a permanecer em distanciamento social.

No que tange a comparação das categorias de renda familiar, foi encontrada diferença significativa apenas na comparação das categorias “até 3 salários mínimos” e “entre 12 e 15 salários mínimos” ($p > 0,05$). Esse resultado indica que as pessoas com renda “entre 12 e 15 salários mínimos” apresentaram maior percepção de controle sobre a adoção da medida de distanciamento social apenas em comparação com os que declararam renda “até 3 salários mínimos”. Esse fato corrobora a afirmação de Bezerra et al. (2020) de que as pessoas de baixa renda gostariam de estar em isolamento, mas tem essa possibilidade diminuída em relação aos segmentos de mais alta renda. Existe uma discussão na mídia e no senso comum de que a população com menor renda está praticando menos o isolamento social em relação àquela com maior renda, principalmente em função da necessidade de locomoção para o trabalho, uma vez que a população mais pobre está vinculada a atividades essenciais e que não pararam, e a população com maior renda está mais vinculada às atividades que pararam e/ou estabeleceram o trabalho remoto (Bezerra et al., 2020).

Por fim, a categoria ocupação não apresentou indicativos de influência na formação das crenças. No estudo de Iwaya et al. (2020) essa variável também não demonstrou evidência significativa como preditora da intenção de permanecer em distanciamento social. Todavia, como se pode estabelecer relações entre ocupação profissional e renda, e a renda tem impacto nas crenças e, por consequência, no comportamento, seria interessante analisar mais detalhadamente a relação entre ocupação profissional e renda, bem com a influência

desta relação com a adoção do distanciamento social. Isto porque, em tese, as pessoas com vínculo empregatício estável, tal como servidores públicos, teriam mais possibilidades de aderir e se manter em distanciamento. A inclusão de outros tipos de categorias de ocupação (ex. servidores públicos, autônomos, funcionário de empresa privada) poderia evidenciar diferenças nas distribuições das variáveis atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido que não puderam ser investigadas por essa pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O distanciamento social, complementado por outras medidas de contenção, como por exemplo higiene das mãos, uso de máscara de proteção e testagem em massa, é essencial para reduzir a demanda excessiva em serviços intensivos de saúde, e para mitigar a extensão e a velocidade da propagação da COVID-19. Ademais, são claras as contingências criadas quando os indivíduos ignoram as diretrizes de distanciamento social.

No entanto, é um processo que requer mudança de comportamento em larga escala e impõe encargos psicológicos significativos para os indivíduos. A aplicação impositiva das regras de distanciamento social pode ser impraticável ou vista como invasiva, e os governos dependem amplamente dos indivíduos para cumprir voluntariamente as suas diretrizes (Van Bavel et Al. 2020; Pedersen & Favero, 2020). A adoção efetiva ao distanciamento social está associada a mudança de padrões comportamentais individuais, o que significa que cada pessoa precisa compreender a importância dessa medida para ser persuadida a adotar o comportamento de permanecer em distanciamento social.

De acordo com a TCP, os comportamentos individuais são determinados por fatores (individuais, sociodemográficos e de informação) que influenciam a formação de crenças comportamentais, normativas e controle, as quais, por sua vez, conformam atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido, que determinam a intenção de permanecer em distanciamento social (Fishbein & Ajzen, 2010).

Neste sentido, a presente pesquisa buscou analisar como os fatores sociodemográficos influenciam a formação de crenças com-

portamentais, normativas e de controle – favoráveis ou desfavoráveis – à adoção do distanciamento social. As evidências dessa pesquisa podem auxiliar no desenvolvimento de diferentes estratégias para distintos públicos.

Percebeu-se que a percepção das pessoas quanto ao distanciamento social como medida de mitigação da pandemia, varia conforme as categorias sociodemográficas analisadas, e indica quem são os indivíduos mais e menos inclinados à intenção de permanecer em distanciamento social, contribuindo, dessa forma, com o enfrentamento à COVID-19. Uma representação esquemática dos principais resultados encontrados pode ser observada na Figura 2.

Dimensão Teórica	Itens
Atitudes	ATT2 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir bem.
	ATT4 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir seguro (a).
	ATT6 – Permanecer em distanciamento social pelos próximos dias faria eu me sentir tranquilo (a).
Normas Subjetivas	NS1 – Pessoas, cuja opinião eu valorizo, aprovariam minha decisão por permanecer em distanciamento social pelos próximos dias
	NS2 – A maioria das pessoas que são importantes para mim gostaria que eu permanecesse em distanciamento social pelos próximos dias.
	NS4 – A maioria das pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria permanecer em distanciamento social pelos próximos dias.
	NS5 – Pessoas, cuja opinião eu valorizo, gostariam que eu permanecesse em distanciamento social pelos próximos dias.
Controle Comportamental Percebido	CCP1 – Considero que permanecer em distanciamento social pelos próximos dias é algo que depende apenas da minha vontade.
	CCP4 – Considero que permanecer em distanciamento social depende apenas da minha decisão e não das condições externas.
	CCP5 – Estou confiante de que, se eu quiser, posso decidir por permanecer em distanciamento social pelos próximos dias.

Figura 2. Fatores Sociodemográficos e a Intenção de Permanecer em Distanciamento Social.

Fonte: Dados Primários (2020).

Tais resultados sugerem que a conscientização para a adoção de medidas restritivas como o distanciamento social só acontecerá quando a população tiver acesso a informações mais objetivas e direcionadas, capazes de educá-las enquanto cidadãos do seu papel individual e coletivo no enfrentamento desta doença. Dessa forma, a formulação de estratégias de comunicação em massa deve ser concentrada, ou melhor direcionada, para grupos demográficos específicos, assim como para o aumento dos níveis de ameaça percebida da doença pandêmica, e para a crença na eficácia das medidas projetadas para protegê-la. Dito isto, evidencia-se que homens, jovens, pessoas com nível educacional mais baixo e rendas menores devem ser as categorias sociodemográficas foco das ações de comunicação e das estratégias de distanciamento.

Ademais, campanhas específicas de promoção de adoção da medida de distanciamento devem enfatizar o uso de mensagens persuasivas voltadas para a conscientização dos grupos menos favoráveis a intenção de distanciamento social, como por exemplo, homens e pessoas mais jovens. Além disso, ações educativas de comunicação voltadas para mulheres devem persuadir quanto a importância de sustentar o distanciamento social no longo prazo.

A questão de baixa renda estar menos inclinada em relação a intenção de distanciamento social, ressalta a importância das políticas de auxílio para a parcela da população que não pode se isolar, como forma de ampliar a estratégia de combate a pandemia, ao mesmo tempo que minimiza o impacto ao bem-estar social.

Outrossim, as informações aqui apresentadas podem ser consideradas por organizações públicas e privadas para elaboração de estratégias de comunicação persuasivas voltadas à conscientização da importância e disseminação da prática do distanciamento social. Estudos demonstram que o êxito desse processo de persuasão depende de uma comunicação efetiva das pessoas em posição de liderança em organizações públicas e privadas com a população (Allcott et al., 2020; Ferguson et al., 2020).

Como todo estudo, este também apresenta limitações metodológicas. Críticas associadas ao delineamento de levantamento devem-se principalmente à utilização de medidas de autorrelato, que podem apresentar viés de consistência relacionado ao desejo social

A amostragem não probabilística e a coleta de dados *on-line* também implicam limitações. A amostra utilizada nesta pesquisa não pode ser considerada representativa da população brasileira, por isso seus resultados não podem ser generalizados e sua interpretação deve ser cautelosa. A observação dos dados sociodemográficos evidencia que a amostra apresenta viés de seleção, com super-representação de um segmento da população (por exemplo, 48% de participantes na faixa etária de 18 até 27 anos, 58,90% dos participantes com ensino superior ou acima, 88% dos participantes residentes na região Sul do Brasil). Estudos têm demonstrado que a avaliação subjetiva de atributos associados a comportamentos pode variar em virtude da distância temporal percebida entre a formulação da intenção e o comportamento real (Ajzen, 1985). A avaliação de crenças sobre a adoção da medida de distanciamento social também deve considerar a percepção do tempo de permanência nessa situação. Este estudo avaliou a intenção de permanecer em distanciamento social estabelecendo que essa permanência seria “pelos próximos dias”. Se a percepção do tempo de adoção da medida de distanciamento social fosse alterada (ex.: “enquanto for requisitado pelos órgãos competentes”), certamente haveria mudanças no padrão de respostas dos participantes.

Ao final da pesquisa chegou-se à definição de três caminhos a serem seguidos no âmbito dos estudos sobre a intenção de permanecer em distanciamento social. Em primeiro lugar, os proponentes deste trabalho indicam que pesquisas futuras podem considerar a realização de estudos que incluam outros fatores antecedentes, como os relacionados a características individuais (ex. de personalidade). Em segundo lugar, se deve buscar pesquisas que promovam o entendimento da permanência em distanciamento social no longo prazo. Por último, são necessárias investigações qualitativas que possibilitem uma compreensão mais profunda e detalhada do tema.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. ET AL. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, pp. 179-211.
- AJZEN, I. (2008). Consumer attitudes and behavior. In: C. P. Haugtvedt, P. M. Herr & F. R. Cardes (Eds.). **Handbook of Consumer Psychology**. pp. 525- 548, New York: Lawrence Erlbaum Associates.

- AJZEN, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: **Action control**. Springer, Berlin, Heidelberg, pp. 11-39.
- AJZEN, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. **Journal of applied social psychology**, v. 32, n. 4, pp. 665-683.
- AJZEN, I., & COTE, N. G. (2008). Attitudes and attitude change. In Crano, W. D., Prislin, R., **Attitudes and attitude change** (p. 289-311). New York, NY: Psychology Press,.
- AJZEN, I., & FISHBEIN, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In: Albarracín, D., Johnson, B., Zanna, M. (Eds.). **The handbook of attitudes**. Mahwah: Erlbaum,.
- ALLCOTT, H. ET AL. (2020). Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the Coronavirus pandemic. **NBER Working Paper**, n. w26946.
- ARMITAGE, C. J., & CHRISTIAN, J. (2003). From attitudes to behaviour: Basic and applied research on the theory of planned behaviour. **Current Psychology**, v. 22, n. 3, pp. 187-195.
- ARMITAGE, C. J., & CONNER, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta analytic review. **British journal of social psychology**, v. 40, n. 4, pp. 471-499.
- BAGOZZI, R., GURHAN-CANLI, Z., & PRIESTER, J. (2002). **The social psychology of consumer behaviour**. Buckingham: Open University Press.
- BARROS-DELBEN, P. ET AL. (2020). Saúde mental em situação de emergência: COVID-19. Revista Debates in Psychiatry, **Ahead of print**.
- BEZERRA, A. ET AL. (2020). Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, pp. 2411-2421.
- BISH, A., & MICHIE, S. (2010). Demographic and attitudinal determinants of protective behaviours during a pandemic: A review. **British journal of health psychology**, v. 15, n. 4, pp. 797-824.
- CALDER, B., & TYBOUT, A. (1987). What consumer research is? **Journal of Consumer Research**, v. 14, p. 136-140. <https://doi.org/10.1086/209101>.
- DAHL, D. ET AL. (2014). From the Editors-Elect: Meaningful Consumer Research. **Journal Of Consumer Research**, [s.l.], v. 41, n. 1, p.3-5, 1 jun.. Oxford University Press (OUP). <http://dx.doi.org/10.1086/676452>.
- FERGUSON, N. ET AL. (2020). Report 9: Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID-19 mortality and healthcare demand. London: **Imperial College**. <https://doi.org/10.25561/77482>
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (1975). **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research**. Menlo Park, CA: Addison-Wesley Publishing Co.
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (2010). **Prediction and change of behavior: The reasoned action approach**. New York: Psychology Press.
- GUSTAFSOD, P. E. (1998). Gender Differences in risk perception: Theoretical and methodological perspectives. **Risk analysis**, v. 18, n. 6, pp. 805-811.
- HAGGER, M. S., HAMILTON, K., AJZEN, I., BOSNJAK, M., & SCHMIDT, P. (2019). Testing the replicability of the Theory of Planned Behavior: a large-scale multi-sample registered replication study. **Leibniz Institut für Psychologische Information und Dokumentation**.

- HAIR, J. F. et al. (2009). **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman.
- HOLBROOK, M. B. (1987). What is consumer research? **Journal of Consumer Research**, v. 14, n. 1, pp. 128-132.
- INMAN, J. J. et al. (2018, janeiro). Our Vision for the Journal of Consumer Research: It's All about the Consumer. **Journal Of Consumer Research**, [s.l.], v. 44, n. 5, pp. 955-959. Oxford University Press (OUP). <http://dx.doi.org/10.1093/jcr/ucx123>.
- IWAYA, G. H., CARDOSO, J. G., SOUSA JÚNIOR, J. H., & STEIL, A. (2020). Preditores da intenção de permanecer em distanciamento social. **Revista de Administração Pública**.
- JUSTO, C. S. P. B., & MASSIMI, M. (2017). Contribuições da Psicologia para área do marketing e do conceito de consumidor: uma perspectiva histórica. **Revista Psicologia e Saúde**, v. 9, n. 2, pp. 107-120.
- LANA, R. M. ET AL. (2020). Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 3, 2020.
- MACINNIS, D. J., & FOLKES, V. S. (2010). The Disciplinary Status of Consumer Behavior: A Sociology of Science Perspective on Key Controversies, **Journal of Consumer Research**, v. 36, pp. 899-914.
- MOURA, L. R. C. ET AL. (2010). Um estudo comparativo de três teorias concorrentes da ação para explicar o comportamento da tentativa de perder peso. IN: **XXXIV Encontro da Anpad**. São Paulo.
- PEDERSEN, M. J., & FAVERO, N. (2020). Social Distancing During the COVID-19 Pandemic: Who Are the Present and Future Non compliers?. **Public Administration Review**.
- PERACCHIO, L. A., LUCE, M. F., & MCGILL, A. L. (2014, abril). Building Bridges for an Interconnected Field of Consumer Research. **Journal Of Consumer Research**, [s.l.], v. 40, n. 6, pp.5-8, Oxford University Press (OUP). <http://dx.doi.org/10.1086/675854>.
- PETER, J. P., & OLSON, J. C. (2009). **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill.
- SHAUGHNESSY, J. J., ZECHMEISTER, E. B., & ZECHMEISTER, J. S. (2012). **Metodologia de pesquisa em psicologia**. Porto Alegre: AMGH Editora.
- SHETH, J. N., GARDNER, D. M., & GARRETT, D. E. (1988). **Marketing theory: evolution and evaluation**. New York: John Wiley & Sons,.
- STRAUGHAN, R. D., & ROBERTS, J. A. (1999). Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. **Journal of consumer marketing**.
- VAN BAVEL, J. ET AL. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. **Nature Human Behaviour**, pp. 1-12.
- VENDRAMINE, M. F. M., NOBRE, F. C., & VIEIRA, A. M. (2021). Como enfrentar a covid-19? O sol de maio vai nos ajudar? **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, 15(1), 197-211.

Recebido em: 15-12-2021

Aprovado em: 9-10-2022

Avaliado pelo sistema double blind review.

Disponível em <http://mjs.metodista.br/index.php/roc>