



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

**O lazer dos cariocas em tempos
de crise econômica:
Um estudo exploratório sobre seus reflexos**

Maria Eduarda Ribeiro

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, junho de 2018.



Maria Eduarda Ribeiro

**O lazer dos cariocas em tempos de
crise econômica:**

Um estudo exploratório sobre seus reflexos

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientadora: Paula Cunha

Rio de Janeiro, junho de 2018.

“É capaz quem pensa que é capaz.”

Sidarta Gautama – Buda

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus pais, Maria Amelia e Sandro, por sempre terem feito de tudo para me proporcionar a melhor educação possível e nunca me deixarem faltar nada. A vocês meu eterno amor. Sem vocês, jamais seria possível!

Agradeço aos meus sogros, Silvia e Gilson, minha segunda família, por sempre terem me apoiado e me ajudado nessa jornada (que parece interminável) chamada graduação.

Agradeço ao meu namorado Vinício, por compreender os feriados, eventos e fins de semana que passei estudando ou me dedicando à monografia, e estar ao meu lado sempre. Assim como todos os meus amigos mais próximos e minha melhor amiga Débora, que também o fizeram com muito amor e carinho.

Agradeço a todos os amigos que a PUC me deu, amizades que levarei para toda a vida, principalmente a Mariana e Lais muito obrigada por terem feito minha trajetória acadêmica a mais leve, amo vocês.

Agradeço à professora Bárbara Levy, por ter me ajudado a formular e dar início à construção desse trabalho. E à minha querida orientadora, Paula Cunha por ter me encaminhado com todo o carinho e dedicação ao longo dos últimos meses, e ter tido toda a paciência, tenho certeza que deu o seu melhor.

Por fim, agradeço a todos os funcionários e professores da PUC-RIO, que marcaram minha trajetória nesses 5 anos de faculdade, e me inspiraram e apoiaram a cada dia.

Resumo

Ribeiro, Maria Eduarda. **O lazer dos cariocas em tempos de crise econômica: um estudo exploratório de seus reflexos**. Rio de Janeiro, 2018. Número de páginas 35. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O carioca é conhecido por esbanjar felicidade e simpatia. As diversas opções de lazer que a cidade oferece aos seus moradores e visitantes refletem essa personalidade. O Brasil passa por uma recessão, que teve seus primeiros reflexos percebidos no ano de 2015, e ainda vêm impactando os brasileiros e os cariocas em diversos aspectos socioeconômicos. O objetivo do estudo foi investigar, por meio de pesquisa qualitativa exploratória, como a recessão e seus desdobramentos têm afetado as decisões de consumo de lazer dos cariocas, residentes na cidade do Rio de Janeiro. Os resultados apontam que a maioria das pessoas modificou hábitos de lazer consciente ou inconscientemente por conta da sua situação econômica, ou de pessoas próximas, nos últimos anos.

Palavras-chave

Marketing; comportamento do consumidor; lazer; entretenimento; consumidor carioca; restrições ao lazer; lazer na crise; recessão; Rio de Janeiro.

Abstract

Ribeiro, Maria Eduarda. **The leisure of the Cariocas in times of economic crisis: an exploratory study of their reflexes.** Rio de Janeiro, 2018. Number of pages 35. Course Conclusion Paper – Business Administration Department. Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.

People who were born and live in Rio are known for their happiness and sympathy. The diverse leisure options that the city offers its residents and visitors are reflections of this personality. Brazil is undergoing an economic recession, which had its first reflections in 2015, and is still impacting Brazilians and Cariocas in several socio-economic aspects. This study purpose was, through qualitative exploratory research, to understand how this recession and its developments are affecting the leisure consumption decisions of Cariocas, who live in Rio de Janeiro. The results indicate that the majority of people have changed leisure habits consciously or unconsciously because of their economic situation, or of people close to them, in recent years.

Key-words

Marketing; consumer behavior; leisure; entertainment; Carioca; leisure constraints; Rio de Janeiro.

Sumário

1 . Introdução	1
1.1. Objetivo do estudo	3
1.2. Objetivos intermediários	3
1.3. Delimitação e foco do estudo	4
1.4. Relevância do estudo	4
2 . Referencial Teórico	5
2.1. A crise no Rio de Janeiro e o setor de lazer e entretenimento	5
2.2. O conceito de lazer e suas manifestações na sociedade	7
2.3. Influências externas no comportamento de consumo de lazer	8
2.4. Relação entre cultura, estilo de vida e consumo de lazer do carioca	9
2.5. Restrições e barreiras ao lazer	10
3 . Metodologia	13
3.1. Etapas e procedimentos de pesquisa	13
3.2. Instrumento de coleta de dados	14
3.3. Universo e amostra	15
3.4. Técnicas de análise de dados	16
3.5. Limitações do método	17
4 . Apresentação e análise dos resultados	18
4.1. Perfil dos entrevistados	18
4.2. Hábitos de lazer dos entrevistados	19
4.3. A importância do lazer	21
4.4. Percepção da crise econômica	23
4.5. Impacto da crise nas atividades de lazer	25
5 . Conclusões	28
5.1. Sugestões para pesquisas futuras	30

6 . Referências Bibliográficas	31
7 . Anexos	34

Lista de Figuras

Figura 1: Modelo hierárquico de restrições ao lazer traduzido para o português (Fonte: RESEARCH GATE).....	11
Figura 2: Etapas da pesquisa.....	13
Figura 3: Modelo hierárquico de restrições ao lazer traduzido para o português (Fonte: RESEARCH GATE).....	29

Lista de Tabelas

Tabela 1: Perfil dos entrevistados	18
------------------------------------	----

1. Introdução

O jeito carioca se destaca e é facilmente reconhecido em qualquer lugar do Brasil. Ser carioca não é mais uma questão de sotaque, ou “de onde você vem”, “de onde você é”; ser carioca é um estilo de vida. As alternativas de lazer e entretenimento da cidade do Rio são inúmeras e refletem esse jeito carioca de ser. As opções variam, desde lugares ao ar livre a lugares fechados - ou até mesmo a união dos dois em um mesmo local – com as mais diferentes propostas e os mais diferentes preços. Essas opções compõe o cenário do entretenimento e lazer no Rio de Janeiro.

O relatório de inteligência de turismo do Sebrae aponta que as alternativas de entretenimento no Rio tiveram sua curiosa evolução retratada a partir dos anos 1950, onde o cenário era marcado por algumas manifestações de rua durante o Carnaval e bailes eram restritos à elite carioca. Já nos anos 1960, os clubes noturnos ganharam destaque no tradicional bairro de Copacabana e a Tijuca era influenciada e movimentada pela cultura estrangeira. Movimentos como Tropicália foram destaques da época. (SEBRAE, 2015)

Nos anos 1970 a vida boêmia invade o cenário e alguns bares se tornam refúgio de estudantes e artistas da época. Em 1980 o mercado noturno foi movimentado tendo como um dos principais responsáveis Ricardo Amaral, empresário brasileiro que trouxe clubes consagrados na época como o Hippo. Já na década de 1990 a cultura alternativa começa a ganhar destaque, trazendo as *raves*, o que fez com que a Lapa decaísse até cerca de 1997 e a Rua do Lavradio fosse exaltada. Nos anos 2000, o destaque se deu aos botequins cariocas e o movimento *rock indie* que ganhou força entre os jovens, e a Lapa volta a ascender. (SEBRAE, 2015)

Porém, não é de se negar que o cenário econômico atual do país e do estado impactam diretamente os estabelecimentos que fornecem alternativas de entretenimento e lazer na cidade. Além da recessão econômica que assola o país, que fez o PIB encolher 7,2% no biênio de 2015 e 2016 (SARAIVA E SALES, 2017) soma-se a crise econômica do estado do Rio de Janeiro. Salários atrasados tornam a cidade ainda mais insegura pela falta de remuneração dos agentes de segurança pública e o alto índice de desemprego. Tais fatores

possuem relação direta com o aumento da violência na cidade, o que por sua vez, também gera impacto no comportamento de consumo de entretenimento dos cariocas, já que a cidade atualmente passa por uma sensação de aumento agudo da violência. Em pesquisa realizada em março pelo DATAFOLHA (FRANCO e BARBON, 2018), 73% dos moradores do Rio ouvidos gostariam de deixar a cidade e 92% têm medo de bala perdida. O número de crimes violentos é o maior do país em termos absolutos, mas a cidade fica em 21º no país quando se considera proporcionalmente ao número de habitantes (22,6 por 100 mil habitantes em 2016). Embora o Rio não figure entre as cidades mais violentas do mundo¹, nem do Brasil, diversos índices de criminalidade aumentaram significativamente no último ano, incluindo as mortes violentas, roubo de veículos e apreensão de fuzis (TEIXEIRA, 2018), o que contribui para essa sensação do carioca. Além disso, o Rio de Janeiro é uma cidade-símbolo do Brasil e acaba por gerar mais interesse da mídia nacional e internacional e apreensão por parte de seus moradores e do restante do país, até por sua importância como polo turístico.

Além da violência, as crises econômicas nacional e do estado do RJ geram fortes impactos diretos também na escolha de novas alternativas de diversão e distrações pelos brasileiros, em especial, pelos cariocas. Em 2016 cerca de 62% dos consumidores brasileiros afirmaram que economizam em lazer fora de casa, de acordo com o Estudo Global Confiança do Consumidor relatado pela Nielsen. Em 2015 esse número era de 61%. (AMENDOLA, 2017)

Milhares de estabelecimentos comerciais foram obrigados a encerrar suas atividades desde o início da crise. Deste total, dezenas representam o setor de alimentação. Alguns estabelecimentos foram obrigados a tomar medidas para sobreviver a esse momento econômico, como por exemplo terminar o expediente mais cedo e reduzir o número de funcionários, fatores estes que contribuem ainda mais para o ciclo vicioso da recessão, gerando desemprego. (SINDRIO, 2017)

O desemprego atingiu, no primeiro trimestre de 2017, 14,5% da população em idade ativa (14 anos ou mais), segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, do IBGE. A retração no consumo das famílias brasileiras, que despencou 10% entre o último trimestre de 2014 e o primeiro de 2017, agrava a crise no comércio. (MARTINS, 2017) No estado do Rio de

¹ Os índices Natal e Fortaleza aparecem no topo da lista no país, de acordo com o último ranking divulgado pela organização de sociedade civil mexicana Segurança, Justiça e Paz, considerando as taxas de homicídios por 100 mil habitantes. (BBC, 2018)

Janeiro esse índice era ainda pior, de 15% no primeiro trimestre do ano, o pior da região Sudeste, enquanto que na cidade era de 12,8%. (JORNAL DO BRASIL, 2018)

Partindo do momento e realidade atual da cidade do Rio, vê-se a necessidade de analisar a influência que a crise econômica e seus desdobramentos estão causando no comportamento do consumidor carioca. De tal forma, levando em conta todo o conceito por trás do comportamento do consumidor que analisa suas respostas e decisões impactadas por estímulos externos, a questão levantada vem a ser: Como os cariocas vêm modificando seu comportamento e hábitos de lazer e consumo de entretenimento frente à crise enfrentada pelo país e estado?

1.1. Objetivo do estudo

O principal objetivo do estudo é entender como a crise econômica e seus desdobramentos vem afetando hábitos de lazer dos cariocas, incluindo idas a festas, cinemas, teatros, práticas de esportes, idas a *nightclubs*, bares e restaurantes.

Para que isso seja feito, serão consideradas as principais teorias que descrevem o processo decisório do consumidor e como esse processo pode ser impactado por fatores externos – em particular, pela crise econômica.

1.2. Objetivos intermediários

Os objetivos intermediários contemplam:

- Entender quais são os principais fatores que influenciam a decisão de consumo de alternativas de lazer e entretenimento pelos cariocas;
- Analisar possíveis substituições efetuadas nessas escolhas para se adaptar à crise econômica;
- Identificar o processo de decisão por trás das substituições e escolhas.

1.3. Delimitação e foco do estudo

Para o presente estudo, deve-se entender “lazer” como qualquer experiência ou atividade realizada no tempo livre do indivíduo, após o cumprimento de suas obrigações rotineiras. Alguns exemplos são: idas a festas, bares, restaurantes, shows, *raves*, práticas de exercícios físicos ou esportes, clubes noturnos (ou boates), eventos, confraternizações dentro e fora de casa, peças de teatro, shoppings e cinema.

O termo “crise econômica” se refere à recessão que vivemos atualmente no país e a crise do estado do Rio de Janeiro, ambas tiveram seus primeiros reflexos no ano de 2015. De tal forma, o estudo não procura investigar a crise econômica por si só, porém como o comportamento do carioca consumidor de diferentes formas de entretenimento em seu momento de lazer foi afetado, e de que forma procurou se adequar à presente realidade.

É importante ressaltar que o estudo se delimita aos moradores da cidade, não abrangendo aqueles que, embora possam ser também o público-alvo desses estabelecimentos e eventos, não residem de maneira permanente na cidade, tais como viajantes a lazer ou a trabalho, nacionais ou estrangeiros.

1.4. Relevância do estudo

O estudo é relevante principalmente para empresários e microempreendedores que fornecem ao consumidor final alguma alternativa de entretenimento e lazer na cidade do Rio de Janeiro. De forma que tais empreendedores possam compreender, de forma mais consciente e embasada, como a crise econômica - geral e estadual - e a consequente queda no poder aquisitivo dos cariocas vêm causando impacto na decisão dos consumidores de diferentes alternativas de lazer. Assim, espera-se fornecer alguns subsídios que os auxiliem tanto a pensar em alternativas na forma como esses serviços são ofertados ou na criação de serviços adicionais que possam minimizar os eventuais efeitos negativos dessa crise ou até aproveitar oportunidades ainda não vislumbradas.

Da mesma maneira, àqueles que se sentirem interessados no comportamento de consumo dos cariocas, também se beneficiarão das informações disponibilizadas pelo estudo.

2. Referencial Teórico

Neste capítulo serão abordados cinco tópicos principais que serviram de embasamento para atingir os objetivos do estudo e análise da pesquisa realizada.

O primeiro tópico tem como finalidade contextualizar o cenário de recessão econômica a nível Brasil e do estado do Rio, e como o setor de lazer e entretenimento vêm sofrendo esse impacto ao longo dos anos. O segundo tópico trata da conceituação do lazer e suas manifestações sociais, o que se entende como lazer para fins de análise e realização do presente trabalho. O terceiro tópico explica como fatores ambientais e externos às vontades e controle do indivíduo tem influência no processo de escolha e comportamento de consumo. O quarto tópico relaciona os hábitos, estilo de vida e cultura com a forma como o carioca consome lazer no dia a dia. E por último, o quinto tópico trata das restrições e barreiras que podem impactar o consumo de lazer de forma restritiva.

2.1. A crise no Rio de Janeiro e o setor de lazer e entretenimento

Para fins de contextualização do momento econômico no qual vivemos, faz-se necessário um breve levantamento da crise a nível federal. Não sendo objetivo deste estudo tratar da crise econômica e social do estado em si, este tópico tem como intuito apenas ilustrar o plano de fundo sob o qual ocorreriam eventuais mudanças comportamentais dos consumidores em relação às suas escolhas de entretenimento e lazer.

Segundo a coordenadora de Contas Nacionais do IBGE, Rebeca Palis, desde 1948 os anos de 2015 e 2016 foram os primeiros a apresentar resultados negativos em série (consecutivamente). A queda do PIB brasileiro acumulada desses dois anos foi de 7,2%, e nunca houve um decréscimo mais profundo desde que existem medições do IBGE para a variação da atividade na economia. (SARAIVA E SALES, 2017)

No que diz respeito à crise do estado do Rio, para o economista Bruno Sobral, pode ser resumida a um problema de gestão estadual. Além disso,

fatores importantes como: o grande endividamento em função de obras para as Olimpíadas e Copa do Mundo, a queda no preço do barril de petróleo (que impactou os *royalties*) e as perdas altíssimas causadas pela Lei Kandir, que isenta de ICMS os produtos destinados à exportação, foram agravantes. (QUENTAL, 2017)

Sobretudo depois da Olimpíada de 2016, sediada na capital fluminense, o Rio passou a ganhar o noticiário mais pelas escolas fechadas, hospitais com atendimento precário, servidores e aposentados sem receber e falta de recursos suficientes para a segurança pública.

GAVRAS, 2018.

Como desdobramentos dessa crise, temos o cenário caótico na segurança pública, na saúde, educação e no desemprego. A Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) realizada pelo IBGE, estimou que somente entre os anos de 2014 e 2017, o número de desempregados no Rio saltou de 494 mil para 1,2 milhão, uma alta de 157%. (UOL ECONOMIA, 2018) De acordo com o CDLRio, só em 2017 foram mais de 21 mil estabelecimentos comerciais fechados, um aumento de 26,5% em relação a 2016. Isso ocorreu devido à queda nas vendas e atividade econômica, o alto desemprego e aumento da violência e comércio informal. (G1, 2018)

No que tange os reflexos de uma crise econômica no comportamento dos consumidores mediante a redução de gastos com o orçamento doméstico, vemos como o setor de lazer e entretenimento pode ser impactado diretamente: de acordo com a Pesquisa Nacional de Hábitos de consumo do Dia Mundial do Consumidor, realizada pela Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito), o lazer é o primeiro item cortado pelo consumidor em tempos de crise. Mais precisamente, 39% dos entrevistados afirmaram terem efetuado cortes de custos com lazer para ajustar o orçamento doméstico. Em segundo lugar veio a redução nas contas de consumo (18%) e alimentação em terceiro (15%). Curiosamente, desses 39%, a maior parte (62%) dos entrevistados eram pertencentes às classes A/B, a classe C em segundo lugar com 42% e as classes D/E com 34%. Na análise segregada por região, o sudeste do Brasil ficou em quarto lugar, somando 36% dos entrevistados que declararam cortar custos com lazer, caracterizando a maioria em comparação a outros cortes. (BOA VISTA SCPC, 2016)

2.2. O conceito de lazer e suas manifestações na sociedade

Vivemos presos nos domínios do tempo, estas inexoráveis 24 horas diárias (...). Uma parte desse tempo inflexível é usado por cada um de nós para todo tipo de trabalho, remunerado ou não, para nós mesmos ou para terceiros. Outra parte do tempo é destinada a cuidados pessoais, alimentação, sono. Por fim sobra o tempo que podemos utilizar livremente, aquele que poderá ser destinado ao deleite de cada um.

EARP, 2002.

Para Gomes (2014, p. 13) “O lazer representa a necessidade de fruir, ludicamente, as incontáveis práticas sociais constituídas culturalmente”. A sociedade moderna impõe diversas práticas aos indivíduos, desde o berço até seu crescimento e formação da sua personalidade. Práticas estas que podem mudar, de acordo com o contexto e sociedade na qual o indivíduo está inserido, e também ao longo da vida.

Por exemplo, as práticas esperadas de um cidadão que nasce em uma comunidade indígena afastada dos grandes centros urbanos, por questões culturais, provavelmente serão muito diferentes das impostas e esperadas de um cidadão que nasceu e cresceu em uma metrópole, como o Rio de Janeiro. Para essa sociedade, comportamentos como: estudar, trabalhar e consumir já são determinados, ensinados e esperados desde muito cedo.

O contexto social no qual o indivíduo está inserido irá moldar inclusive o seu comportamento e escolhas sobre como passar seu tempo “livre” de lazer e consumir entretenimento. (CAMARGO, 1986) O autor destaca que “os determinismos culturais, sociais, políticos e econômicos pesam sobre todas as atividades do cotidiano, inclusive sobre o lazer”. O autor do livro “*O que é lazer*”, questiona o quão livre essas escolhas realmente são. Segundo ele, elas não são inteiramente livres, mas o que existe é um maior grau de liberdade em relação às das atividades de lazer do que em outros cenários, como no trabalho por exemplo. A livre escolha no lazer é “a existência de um tempo precioso onde se pode exercitar com mais criatividade as alternativas de ação ou de participação”. (CAMARGO, 1986)

Já para Earp (2002) cria-se a necessidade de uma espécie de “fuga” das “obrigações” diárias, e é nesse intervalo de tempo, que pode ser chamado também de “tempo livre”, que são desenvolvidas atividades caracterizadas como atividades de lazer. Estas atividades podem ser divididas em duas vertentes: o

ócio e as práticas de entretenimento. O ócio trata do tempo que é utilizado para reflexão individual já as práticas de entretenimento são compostas de atividades lúdicas e espetáculos às quais dedicamos não só nosso tempo, mas também outros recursos. (EARP, 2002)

2.3. Influências externas no comportamento de consumo de lazer

Solomon (2016, p. 6) descreve o comportamento do consumidor como “o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos”. Ou seja, o processo de decisão do consumidor em abandonar ou substituir determinados serviços ou experiências e quais os fatores podem ser motivos de influência nesse comportamento precisam ser entendidos para se adequar à realidade de consumo atual perante à crise econômica. Isto é, o consumidor pode abandonar o consumo de certas experiências de lazer - por considerar supérfluo - para dar prioridade ao consumo de bens essenciais em situações de incerteza econômica.

A crise econômica faz parte de um fator ambiental e não pode ser controlado pelas empresas ou estabelecimentos que fornecem alternativas de entretenimento e lazer no Rio. De tal forma, para se adequar e sobreviver a ela, é preciso entender como esse fator vêm alterando e influenciando o comportamento do consumidor carioca e a partir daí tomar medidas cabíveis para se destacar em meio à concorrência e manter o bom funcionamento de um negócio.

Para Solomon (2016, p. 456) “a demanda dos consumidores por bens e serviços depende da possibilidade e da disposição para comprar”. O autor diz ainda que “nossas expectativas quanto ao futuro influem em nossos gastos atuais, e essas decisões individuais acabam afetando o bem-estar econômico da sociedade”. Sendo assim, percebemos que o cenário de crise política e econômica que o Brasil e estado do Rio de Janeiro enfrentam hoje, tem papel importantíssimo nas decisões do consumidor carioca. O “não saber o que pode acontecer amanhã” pode fazer com que o consumidor deixe de consumir hoje e passe a poupar ou adotar uma postura mais conservadora quanto ao consumo de supérfluos, como podem ser consideradas as alternativas de lazer e entretenimento. Dessa maneira, acaba se desencadeando um círculo vicioso, de forma que o consumidor deixa de gastar por conta do cenário econômico incerto

e pela diminuição do poder de compra, e com isso impacta diretamente a economia, que deixa de girar de forma saudável.

Porém, no que diz respeito ao consumo de entretenimento e lazer, alguns fatos interessantes foram percebidos analisando o comportamento de consumidores americanos durante momentos de recessão, por exemplo, que não necessariamente os consumidores param de comprar, simplesmente começam a substituir ou modificar hábitos de consumo para se adequar à situação. Segundo Solomon (2016, p. 459) “um estudo divulgou que única categoria de consumo que foi associada positivamente com a felicidade envolvia lazer.” E esse estudo foi visto como coerente às mudanças nos padrões de compra, onde as pessoas passaram a dar mais valor a experiências do que a objetos. (SOLOMON, 2016)

2.4. Relação entre cultura, estilo de vida e consumo de lazer do carioca

Os elos entre lazer, cultura e consumo são facilmente perceptíveis em nossa sociedade, ainda que uns mais do que outros. Há uma dimensão de lazer em algumas formas de consumo, como, por exemplo, ir a um shopping center aos domingos e feriados (para pessoas que gostam de fazer isso, obviamente). Há, também, uma dimensão de consumo no lazer: a maioria das atividades de lazer é, hoje, mediada pelo mercado. ir ao cinema, viajar a turismo, ver TV e conversar pela Internet são alguns exemplos.

TASCHNER (2000, p.39)

Se o brasileiro já possui uma identidade e estilo de vida tão característicos, o carioca pode ser considerado o espelho dessa identidade. Pensa-se em Brasil, pensa-se na Cidade Maravilhosa, não há dúvidas de que o Rio é a referência mundial de cidade brasileira. O escritor e jornalista Ruy Castro, afirmou em um debate sobre a formação da identidade carioca, publicada pelo Jornal Extra que:

Numa autoavaliação rigorosa, eu diria que cariocas são bons em botequim, sandália de dedo, frescobol, caldinho de feijão e botar apelido nos outros. A única cidade nacional do Brasil chama-se, e se chamará sempre, Rio de Janeiro.

CASTRO, 2015 apud BRISO, 2015

Vemos como a vida ao ar livre, o sorriso no rosto, os “dois beijinhos”, a energia e simpatia são características do dia a dia do carioca, que não tem papas na língua, e trata a um estranho como se fosse um conhecido em poucos minutos de conversa, é uma questão cultural.

A cultura pode ser considerada a personalidade de uma sociedade. Ela é capaz de impactar e moldar o estilo de vida de um indivíduo ou determinado grupo. Pode-se entender o estilo de vida, como sendo um padrão de consumo, padrão este que representa as diferentes formas como alguém decide despende seus recursos, tanto de tempo, quanto financeiros. (SOLOMON, 2011)

Os bens de consumo têm uma significância que vai além de seu caráter utilitário e seu valor comercial. Essa significância reside, em grande medida, na capacidade que têm os bens de consumo de carregar e comunicar significado cultural. (Douglas e Isherwood, 1978; Sahlins, 1976)

MCCRACKEN (2007, p. 100)

Dito isso, pode-se afirmar inclusive que as preferências de consumo e comportamento de compra estão diretamente relacionadas ao contexto cultural no qual o indivíduo está inserido. (SOLOMON, 2011; MCCRACKEN, 2007) Tendo em vista as definições de cultura e estilo de vida, sua interrelação e seu impacto no comportamento de consumo, podemos pensar na escolha de opções como atividades de entretenimento (ou lazer) da mesma maneira, como qualquer processo de compra.

2.5. Restrições e barreiras ao lazer

Existem alguns fatores que podem impactar no consumo de lazer, esses fatores podem exercer impacto restritivo no comportamento de um indivíduo para consumir determinado tipo de entretenimento ou realizar uma atividade.

De acordo com o modelo hierárquico de restrições ao lazer desenvolvido por Crawford e Godbey (1987) e posteriormente aprimorado por Crawford, Jackson e Godbey (1991), foram identificadas três principais barreiras que limitam (ou impedem) a participação de indivíduos em atividades de lazer. Essas barreiras são: estruturais, interpessoais e intrapessoais. (DINIZ E MOTTA, 2006)

Abaixo podemos visualizar o modelo de Crawford, Jackson e Godbey (1991) traduzido para o português. Ele expõe o impacto de cada restrição nas fases do processo de escolha e execução de determinada atividade:

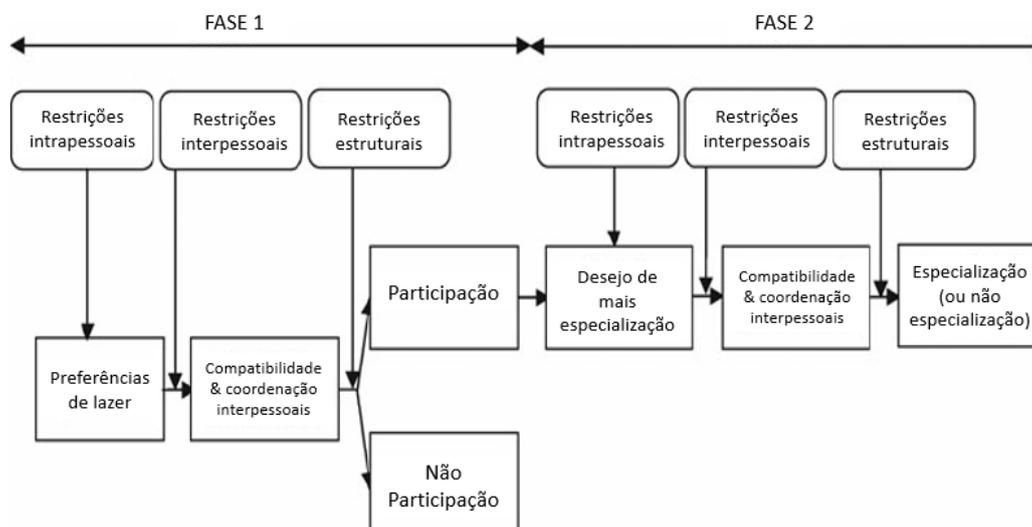


Figura 1: Modelo hierárquico de restrições ao lazer traduzido para o português (Fonte: RESEARCH GATE)

As barreiras estruturais, primeiramente, consistem em fatores que interferem entre a atividade que a pessoa deseja executar e a participação dela nesta determinada atividade. Exemplos de barreiras estruturais são: tempo, dinheiro, idade ou até mesmo o clima. Já as interpessoais, são resultado da relação com outras pessoas. Um exemplo é quando o consumidor não encontra alguém que possa acompanhá-lo em determinada atividade. Por sua vez, as barreiras intrapessoais, consistem no eu interno, na relação do consumidor consigo mesmo, seu estado psicológico, ou qualquer característica pessoal que possa impedi-lo de alguma forma de realizar determinada atividade. Exemplos são: estresse, ansiedade, religião e outros fatores subjetivos. (DINIZ E MOTTA, 2006)

Para a presente pesquisa, é importante investigar quais são os fatores impeditivos que possuem uma maior percepção por parte dos entrevistados na realização de alguma atividade considerada de lazer. Uma barreira não exclui a outra, porém é importante entender e apurar qual exerce um maior impacto ou restringe mais o comportamento de consumo de uma pessoa. Ao passo que um entrevistado pode declarar não ter sentido o impacto direto da crise nas suas

escolhas de atividades de lazer, esse fator econômico pode ter afetado diretamente algum dos seus parceiros de atividades, afetando-o indiretamente.

Parker destaca que fatores financeiros são os que mais limitam as escolhas de lazer de um indivíduo. (PARKER, 1976 apud ASSAYAG, 2003) Tendo como premissa o modelo acima e a colocação de Parker, pode-se perceber que o impacto de fatores econômicos no consumo de lazer, possui embasamento teórico e pode ser caracterizado como uma barreira estrutural, podendo apresentar-se como fator impeditivo entre o consumidor e a realização de determinada atividade.

3. Metodologia

3.1. Etapas e procedimentos de pesquisa

O presente estudo foi realizado utilizando a forma de pesquisa qualitativa exploratória como metodologia. Para Malhotra (p. 57, 2011) o objetivo da pesquisa exploratória é explorar ou examinar um problema ou situação para se obter conhecimento e compreensão. Sendo assim, não é objetivo de uma pesquisa qualitativa exploratória fornecer uma quantificação de dados, e sim proporcionar maior entendimento de um conceito ou cristalizar um problema. (ZIKMUND, 2006)

Abaixo o esquema com as etapas da pesquisa:

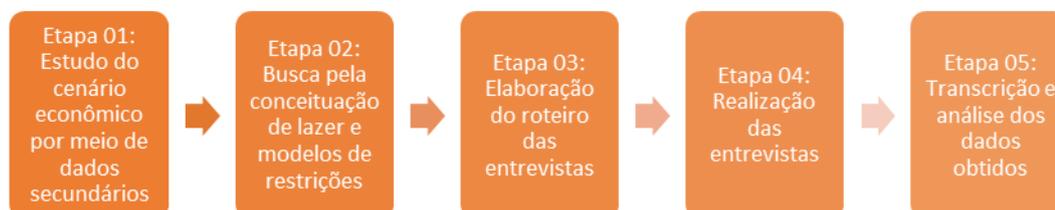


Figura 2: Etapas da pesquisa

Após estudar dados secundários que levantavam as condições atuais do setor de lazer e entretenimento e observar possíveis mudanças no comportamento de consumo de lazer em tempos de crise econômica, a primeira etapa do processo foi estruturar o problema de pesquisa e objetivos do presente estudo. Após isso, deu-se início à dúvida sobre segmentar ou não o público da pesquisa utilizando fatores como coorte de idade e renda, porém a decisão foi de manter somente a segmentação geográfica - para consumidores cariocas - no

intuito de realizar uma pesquisa mais abrangente e com natureza de exploração primária do tema.

Visto que não foram encontrados estudos brasileiros relacionados e voltados especificamente para o consumo de lazer na crise econômica atual (2015 até então) - ou voltados para o público consumidor especificamente da cidade do Rio de Janeiro – e em busca de um melhor entendimento sobre o comportamento de consumo de lazer do público carioca na crise, foi definida a metodologia de pesquisa mais adequada ao estudo do tema.

Definido o problema de pesquisa, público e metodologia, deu-se início à etapa de coleta de dados que se iniciou com a estruturação de um roteiro preparado para conduzir o processo das entrevistas, que foram realizadas individualmente com cada um dos entrevistados. Tais entrevistas foram gravadas em áudio com autorização dos entrevistados para posterior transcrição e análise dos resultados e respostas.

3.2. Instrumento de coleta de dados

Conforme citado anteriormente, a coleta de dados foi feita por meio de entrevistas individuais realizadas pessoalmente e gravadas em áudio utilizando um aparelho celular. A duração média dessas entrevistas foi de 15 minutos e a gravação teve a devida solicitação de autorização dos entrevistados antes de ser iniciada.

O principal instrumento direcionador da entrevista foi um roteiro elaborado com perguntas abertas, visando uma maior integridade e fidelidade do perfil dos entrevistados, e riqueza de respostas de cunho espontâneo. Tais perguntas foram organizadas e agrupadas por assunto, do mais aberto ao mais fechado, buscando direcionar as respostas dos entrevistados às principais questões investigadas.

É importante ressaltar que não necessariamente as perguntas foram feitas na ordem preconcebida no roteiro. No decorrer das entrevistas, buscou-se adequar e direcionar a ordem dos assuntos, em tom de conversa, conforme as informações eram concedidas e as questões eram abordadas pelos próprios entrevistados.

Da mesma forma, cada entrevista foi adaptada para o perfil do respondente, pode-se dizer então que cada entrevista teve um caráter único e resultados muito pessoais, respeitando a individualidade de cada um.

O roteiro foi estruturado em quatro blocos de perguntas, sendo eles:

- O **primeiro** buscava reunir informações de caráter **sócio demográfico** para entender melhor o perfil do entrevistado;
- O **segundo** bloco de perguntas foi preparado para entender melhor aspectos do **perfil de consumo de entretenimento do entrevistado**: o que ele entende como lazer e quais são suas preferências de atividades no tempo destinado à essas atividades, qual a importância do lazer na sua vida, quem são suas companhias para realizar essas atividades e qual a frequência com que as realiza;
- O **terceiro** bloco de perguntas procurou abordar de forma indireta se o entrevistado **percebeu alguma alteração em termos econômicos e financeiros na sua vida e dos que estão ao seu redor** nos últimos anos, e se a situação econômica ou cenário de incerteza o fez modificar seus hábitos de consumo ou adotar uma postura mais conservadora quanto ao uso do seu dinheiro em qualquer aspecto;
- O último bloco de perguntas buscou abordar de forma mais direta se o **entrevistado foi afetado pela crise e se sim**, se essa determinada a situação econômica ou cenário de incerteza o fez modificar de alguma maneira **seus hábitos de consumo de atividades lazer**, como se adequou e quais alternativas buscou para manter certos hábitos.

3.3. Universo e amostra

Malhotra (p. 57, 2011) salienta que a pesquisa exploratória é conduzida em uma amostra pequena e não representativa, portanto os resultados devem ser considerados direcionamentos a ser utilizados como ponto de partida para uma pesquisa adicional.

A amostra foi definida primeiramente por caráter geográfico, o público alvo da pesquisa foi caracterizado especificamente por moradores da cidade do Rio de Janeiro e que já estão em idade economicamente ativa. Além disso, conforme citado no capítulo 3.1, optou-se por não segmentar o público alvo da presente pesquisa utilizando fatores como corte de idade, renda, e outros com o intuito de O tipo de amostragem selecionado foi a amostragem de conveniência não-garantir uma diversidade de resultados para fins comparativos e de enriquecimento da pesquisa. O tipo de amostragem selecionado foi a

amostragem de conveniência não-probabilística (ZIKMUND, 2006) devido as limitações de recursos de tempo e financeiros.

A pesquisa foi realizada com 13 pessoas do sexo feminino e masculino, com idades entre 21 e 60 anos e perfis socioeconômicos bem diversificados, residentes de diferentes bairros da cidade do Rio de Janeiro.

A maioria dos entrevistados ainda estão cursando o ensino superior, moram com os pais e possuem alguma ocupação profissional. Buscou-se no estudo incluir também pessoas com formação incompleta e idades mais avançadas e de ocupações diversificadas com a expectativa de enriquecê-lo avaliando perspectivas de distintas.

3.4. Técnicas de análise de dados

Todas as entrevistas realizadas foram gravadas com a autorização dos entrevistados e transcritas posteriormente. As respostas foram agrupadas e classificadas por assunto em uma planilha de forma a facilitar a busca pelas informações obtidas por meio das entrevistas e facilitar a análise e desenvolvimento do capítulo 4.

Essa planilha foi dividida em blocos com base no roteiro utilizado. O primeiro bloco estava relacionado aos dados como nome, idade, sexo, residência, ocupação, grau de escolaridade e estado civil. O bloco seguinte tratou das perguntas relacionadas ao perfil de consumo de lazer de cada entrevistado e as respostas foram divididas em perguntas como: O que faz e porque faz, com que frequência, com quem faz as atividades, o que gostaria de fazer mais e quais os impedimentos e o quão importante é o lazer. O terceiro bloco era caracterizado por perguntas específicas sobre poder de compra e consumo e se o entrevistado percebeu alguma mudança em sua vida ou ao seu redor, das pessoas com quem convive em termos econômicos, como se sentiu com essa mudança (se houve), se acabou se tornando mais conservador quanto ao uso do seu dinheiro e com o que evita gastar. O último bloco de perguntas buscava investigar de forma aprofundada se existia a relação lazer e crise, e as perguntas foram se houve alguma mudança no consumo de outros bens para manter experiências de lazer, e se o entrevistado deixou de lado alguma atividade de lazer e qual foi o real motivo disso.

Como em cada entrevista a conversa se deu em ordem diferente, esse processo de categorização das respostas de cada entrevistado visou facilitar a busca por informações relevantes para a análise.

As respostas foram somente organizadas de uma maneira que facilitasse a observação e reflexão dos resultados. Tratando-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, buscou-se investigar e diagnosticar um problema, e não comprovar alguma hipótese ou tirar conclusões sobre algo. (ZIKMUND, 2006) Portanto não se fez necessário utilizar nenhum tipo de tabulação ou atribuir uma análise numérica às respostas.

3.5. Limitações do método

A pesquisa qualitativa é subjetiva por natureza, sendo assim sua condução, medições e análise são extremamente dependentes da avaliação do pesquisador. Além disso o pesquisador possui grande influência na pesquisa, e mesmo quando tenta ser imparcial, pode tomar ações na condução da entrevista ou da análise de dados que acabem por limitar o estudo de alguma maneira. (ZIKMUND, 2006)

Zikmund (2006) relata que as técnicas de pesquisa exploratória possuem diversas limitações: a interpretação das descobertas é baseada em julgamentos, as amostras são reduzidas e não são representativas, raramente fornecem medições quantitativas e precisas, e a capacidade de generalizar os resultados qualitativos é limitada. Portanto, esse tipo de pesquisa jamais deve substituir a pesquisa quantitativa conclusiva, somente deve ser tomado como pontapé inicial para definir melhor um problema de pesquisa.

Por se tratar de uma amostragem por conveniência, muitos dos entrevistados podem apresentar perfis similares, portanto os resultados não podem ser generalizados.

Foi percebido ao longo das entrevistas que algumas pessoas tinham mais dificuldade de expor certas respostas. Por se tratar de um assunto muito pessoal, lidando com questões de renda e hábitos do dia a dia, de lazer, com familiares, namorado(a), amigos e família, caracterizando uma barreira para o estudo que pode acabar limitando-o de certa forma.

4. Apresentação e análise dos resultados

4.1. Perfil dos entrevistados

Tabela 1: Perfil dos entrevistados

Nome	Idade	Sexo	Reside em	Ensino	Ocupação	Estado civil
Pedro (Ent. 1)	21	M	São Conrado	SI	Estagiário	Solteiro
Maria (Ent. 2)	23	F	Botafogo	SI	Estagiária	Solteira
Rita (Ent. 3)	23	F	Botafogo	SI	Estagiária e comerciante	Solteira
Larissa (Ent. 4)	22	F	Maracanã	SI	Estagiária	Solteira
Ana (Ent. 5)	24	F	Laranjeiras	SI	Ger. de inovação	Solteira
Saulo (Ent. 6)	24	M	Jacarepaguá	SI	Assistente financeiro	Solteiro
Gabi (Ent. 7)	23	F	Recreio	SI	Estágio não remunerado odontologia	Solteira
Rosa (Ent. 8)	47	F	Campo Grande	Fundamental completo	Diarista	Solteira
Silvana (Ent. 9)	60	F	Campo Grande	Superior completo	Professora	Casada
Márcia (Ent. 10)	48	F	Queimados	Ensino médio completo	Aux. serv. gerais	Solteira
Clara (Ent. 11)	21	F	Barra	SI	Estagiária	Solteira
Alessandra (Ent. 12)	22	F	São Conrado	SI	Monitora de laboratório	Solteira
Nathane (Ent. 13)	22	F	Sen. Camará	SI	Redatora	Solteira

Para entendimento da tabela acima, a sigla **SI** significa Superior Incompleto. A entrevista foi realizada com 13 pessoas, sendo 11 mulheres e 2 homens. Destes, 10 entrevistados ainda estão cursando o ensino superior, possuem entre

21 e 24 e ainda moram com seus pais. Somente uma dentre os 8 não exerce alguma atividade remunerada, o restante ou trabalha como estagiário, ou com alguma atividade acadêmica remunerada ou já é efetivado em alguma empresa. As outras 3 entrevistadas foram mulheres com mais de 45 anos, uma delas é casada e possui ensino superior completo, as outras duas são solteiras (ou divorciadas) e não cursaram ensino superior, todas elas com filhos que ainda moram na mesma casa.

Percebe-se que os entrevistados residem em diferentes áreas do Rio de Janeiro, estando a maioria concentrados na Zona Sul e Oeste da cidade.

Os nomes dos entrevistados foram modificados por questões de proteção da sua identidade.

4.2. Hábitos de lazer dos entrevistados

Foram percebidos perfis bem diversificados e, conseqüentemente, também os hábitos de lazer. Dentre os mais jovens a maioria declarou ter o costume de frequentar bares, restaurantes e cinemas como opções de entretenimento noturno. Poucos citaram festas ou *nights* em um primeiro momento.

Quando perguntada sobre o que gosta de fazer em seu tempo livre, Maria de 23 anos respondeu:

“Dormir, ir pra barzinho, é.. de vez em quando ir pra night, de vez em quando, já fui mais quando era mais nova. Sair pra comer, cinema, mas se eu for sair normalmente é pra barzinho.”

Percebe-se na fala dessa entrevistada que ela associa a prática de ir a festas (ou *nights*) à sua faixa etária. Segundo a mesma, ela se cansou um pouco desse hábito. Dormir e descansar também foram citados por alguns, como a Maria, dentre as atividades praticadas no tempo livre:

“Durmo... Tô zoando. Ah, vou ao shopping, assisto séries, é... Vou para a casa dos meus familiares, vou a restaurantes, viajo, é isso.”
(Larissa, 22 anos)

“No tempo livre eu gosto de sair, gosto de fazer esportes, ir à praia, gosto de tá com meus amigos e descansar.” (Pedro, 21 anos)

Ana de 24 anos, muito entusiasta, destacou que considera hobbies como pintura e a prática de exercícios como yoga e corrida hábitos de lazer, também citou diversos programas ao ar livre e gratuitos:

“Eu gosto de encontrar com meus amigos, ir pra bar, ir pra festa, eu também gosto de ir pra natureza, gosto de ir pra cachoeira, ir pra praia, gosto de passar tempo com meu namorado, mas geralmente ele tá em todos esses programas (...) eu passo muito tempo às vezes sozinha desenhando quadro, aquarela, pros trabalhos que eu faço. Ou então lendo um livro super interessante que sei lá, vai me agregar alguma coisa. E também, muito do meu tempo livre eu gasto com yoga. (...) eu obviamente também gasto tempo com meu pai, com minha mãe, minha família.” (Ana, 24 anos)

Dentre as entrevistadas com mais de 45 anos, somente Silvana declarou ter diversos hábitos de lazer fora de casa, isso pode estar associado ao poder aquisitivo mais elevado devido à sua profissão e formação acadêmica:

“Eu gosto de ir à praia, viajar, gosto de ir em restaurante, ir ao shopping.” (Silvana, 60 anos).

Já as outras entrevistadas, declararam ser mais caseiras e passar o tempo livre mais com a família e dentro de casa:

“Gosto de ver um filme, ver um jornal, uma reportagem. (...) só saio quando tem uma festinha, um aniversário de criança, assim eu vou.” (Rosa, 47 anos).

“Eu sou muito tatu sabe, sou muito casa, eu amo minha casa, eu amo. A única coisa que tem de valor na minha casa são meus filhos, que por incrível que pareça também amam ficar dentro de casa. Então a gente é muito assim, a gente lê livros, a gente é mais isso.” (Márcia, 48 anos)

Quase todas as atividades, fora exercícios físicos e descanso, foram associadas aos fins de semana, ou férias no caso de viagens mais longas, como relata Rita, quando foi perguntada sobre quando pratica suas atividades preferidas de lazer:

“No fim de semana, tempo livre. Durante a semana, trabalho e estudo.” (Rita, 23 anos)

Clara também declarou sair aos fins de semana somente:

“Então, eu saio pelo menos uma vez por semana, assim, pode ser pra bar ou pra cinema ou pro shopping, mas pelo menos sábado eu vou pra algum lugar à noite. Durante a semana não, impossível.” (Clara, 21 anos)

Mais alguns depoimentos sobre essa questão:

“Durante a semana é muito raro eu sair, só em aniversário ou uma situação diferente. Normalmente eu vou pra casa mesmo.” (Maria, 23 anos)

“Muito pouco durante a semana, mais no fim de semana.” (Pedro, 21 anos)

Muitos declararam não sair muito ou não sair durante os dias de semana. Dentre os mais jovens isso parece ocorrer por conta da rotina agitada de trabalho e faculdade, e dentre as entrevistadas de 45 anos ou mais por conta do trabalho e das obrigações caseiras e com seus filhos.

Ao serem perguntados sobre as companhias dessas atividades, a maioria declarou estar quase sempre acompanhados, citando sempre amigos, família ou namorado(a), seguem falas dos entrevistados abaixo:

“Sempre saio com meus amigos, com minha família na verdade, geralmente a gente se encontra mais em casa, na casa da minha avó, sempre alguma refeição, ou jantar, almoço.” (Pedro, 21 anos)

“Amigas, família de vez em quando. Fui pra Petrópolis esse final de semana, pra praia... Então amigos e família. Não tenho namorado, então...” (Maria, 23 anos)

“Com os meus amigos e com os meus primos, e meu ex namorado.” (Larissa, 22 anos)”

“Amigos e meu namorado, ele já é minha sombra. E minha mãe.” (Gabi, 23 anos)

“Ao shopping assim, com a minha filha eu gosto de ir, almoçar com as minhas amigas, de dia. Nos restaurantes é mais com meu marido e com a minha filha e genro eu vou bastante, porque eles gostam né?” (Silvana, 60 anos)

4.3. A importância do lazer

Quando perguntados sobre o motivo de praticarem o lazer, foi percebido que muitos associam à uma fuga das atividades cotidianas, corroborando as definições de lazer apresentadas no capítulo 2.2 que trata do conceito de lazer e suas manifestações na sociedade. Abaixo alguns depoimentos sobre o que os entrevistados sentem, e o motivo de praticarem as atividades que afirmaram praticar:

“São lugares desinibidos e descontraídos onde pode se soltar mais, meus amigos também ficam mais à vontade e que podem extravasar o estresse que a gente vai acumulando durante a semana.” (Pedro, 21 anos)

“Porque eu tenho que descansar, eu me sinto bem, de segunda a sexta eu sou obrigada a trabalhar, ir pra faculdade.” (Rita, 23 anos)

“Cara, acho que muito pra aproveitar um pouquinho do que a gente ganha também, relaxar um pouco do estresse da faculdade, trabalho. E aproveitar também a companhia da namorada, enfim dos amigos também.” (Saulo, 24 anos)

“Porque é a hora que eu desfofo de tudo que me deixa estressada.” (Larissa, 22 anos)

Assim como o depoimento de Rita acima, praticamente todos os entrevistados relataram que apesar de gostarem (ou não) do seu trabalho, não encaram essa atividade diária como lazer, para eles existe uma diferença muito clara e estão muito separados um do outro. A única exceção, foi Ana que ao ser perguntada se considera seu trabalho como lazer respondeu:

“Sim, eu amo o que eu faço. Nem vejo a hora passar no trabalho.” (Ana, 24 anos).

A resposta sobre a importância do lazer na vida de todos os entrevistados foi unânime, todos declararam ser de suma importância para sua saúde mental, emocional e física, pode-se notar essa percepção na fala dos entrevistados abaixo:

“Bastante, é o momento que a gente vai arejar a cabeça né, a mente, distrair, descontrair, sair da rotina, é bom.” (Márcia, 48 anos)

“Extravasar o estresse acumulado durante a semana, é definitivamente muito importante.” (Pedro, 21 anos)

“Eu dou bastante valor, eu gosto bastante de sair, eu gosto tanto de sair quanto de ficar em casa, mas também se ficar muito em casa é enlouquecedor. Então é tipo, meio que sobrevivência você se distrair né, se não a gente acaba só ficando em casa, trabalhando e não fazendo nada.” (Maria, 23 anos)

“Ah eu acho que é muito importante, porque... Eu trabalho pensando no meu lazer, então... eu penso nas férias, eu penso no restaurante que eu vou conhecer, é isso.” (Larissa, 22 anos)

“É fundamental para que a gente não surte com a rotina!” (Nathane, 22 anos)

4.4. Percepção da crise econômica

Foi curioso perceber que a crise não afetou tanto assim os entrevistados com menos de 25 anos, isso ocorreu pois segundo eles, começaram a fase profissional, como estagiários ou trabalhando como efetivados mesmo. Eles trabalham e utilizam seu dinheiro para sua própria diversão e lazer, pois não precisam contribuir em casa, já que moram com os pais.

Basicamente esses jovens sentiram a crise, e a perceberam, porém não tanto relacionado ao lazer, pois seu poder de compra aumentou com o ganho de um salário mensal, mesmo tendo percebido aumento nos preços dos bens e serviços que consomem. Essa conclusão pode ser nitidamente percebida nos depoimentos seguintes:

“Desde o ano passado eu comecei a trabalhar, o que deu uma rendinha a mais entendeu, uma boa melhora financeira, e mais independência pra eu gastar meu próprio dinheiro também. Só que eu vejo, que como eu falei, certos programas estão ficando, cada vez mais caros. Então assim, falando em "poder de compra" óbvio que aumentou, mas não tão significativamente.” (Pedro, 21 anos)

“Percebi que as coisas estão muito mais caras, o que eu comprava antes eu não consigo comprar mais agora. Por causa da crise, crise não, da inflação na verdade, tudo aumentou de preço. Não, e é bizarro, eu fui na farmácia comprar um desodorante, gente, um desodorante custa quase 20 reais, isso é surreal. Ah, eu me sinto... quero lembrar a palavra... estagnada porque, as coisas aumentam de preço e o salário não acompanha.” (Larissa, 22 anos)

“Eu achei os lugares mais vazios assim, ou também os preços mais elevados. Mas não me afetou, porque eu continuo indo.” (Clara, 21 anos)

Também foi relatado por parte dos entrevistados o impacto em pessoas ao seu redor, sua família, seus amigos, incluindo às vezes seus próprios pais. Ao serem perguntados se a crise afetou seus amigos e família os entrevistados responderam:

“Ariela, minha amiga, os pais dela são professores do estado, então começou a atrasar salário. Então tipo, saída, ela quase não sai.” (Gabi, 23 anos)

“Sim, com certeza... Do Matheus, meu ex namorado principalmente, o pai e a mãe dele foram demitidos e a gente não fazia praticamente mais nada, quando muito a gente saía pra comer alguma coisa. Ah, de amigo também, a vida de todo mundo tá apertada.” (Larissa, 22 anos)

“É... Saem menos, saem menos. Tipo, uma semana sim uma semana não, meus amigos.” (Clara, 21 anos)

“Meus amigos da faculdade são de famílias mais humildes e sim, foram bastante afetados.” (Alessandra, 22 anos)

Foi percebido que quem mais sentiu realmente a crise afetar muito seus planos individuais foi Gabi, de 23 anos, por depender somente da mesada concedida por seus pais (já que ainda não exerce nenhuma atividade remunerada) e seu pai ter ficado desempregado depois de trabalhar quase 30 anos em uma grande empresa privada que disponibilizava diversos benefícios à família, como plano de saúde e vale alimentação para supermercados mensal. Seu pai teve que se tornar autônomo e diversos cortes no orçamento familiar precisaram ser feitos para passar por esse momento de adaptação, abaixo a declaração da entrevistada sobre os ajustes com os quais teve que se acostumar:

“Lógico, luz, é... Comida, sabe, chegar no mercado sair levando tudo o que quer não, levar só o principal. Tipo, cartão de crédito, minha mãe que pagava meu cartão de crédito, ela virou e falou não, não vou mais pagar, você vai ter a sua mesada e acabou o cartão de crédito. Então o que eu gastava no meu cartão eu tinha que me virar para pagar com a minha mesada que eu ganhava.” (Gabi, 23 anos)

As entrevistadas Rosa e Márcia, que trabalham como auxiliares em domicílio e empresas sentiram muito o impacto da recessão em suas vidas, foi um impacto praticamente imediato e direto, conforme os depoimentos:

“É porque eu sou diarista, e muitas casas cortaram né. Me tiraram porque elas ficaram desempregadas, o marido. É assim, tinha dois empregos ou três aí perderam um. Aí isso me afetou. Aí eu me enrolei toda, até arrumar outro, tive que ganhar menos. Tá melhorando agora, porque agora eu já tô, tipo assim, a crise pra mim continua a mesma coisa, mas eu tô agora me regulando. Cortei muitas coisas, deixei de fazer muitas coisas, meus filhos também.” (Rosa, 47 anos)

“Percebi, percebi uma diferença né, e a gente sentiu bastante também em casa né. Aí tem é... compras, roupa, médico, escola principalmente também que deu um.. né. Pô, muito muito muito.” (Márcia, 48 anos)

“Primeiro cortei telefone, telefone residencial, TV à cabo, a gente foi só eliminando.” (Márcia, 48 anos)

Márcia não encarou essas mudanças e cortes no orçamento como algo ruim, ela preferiu ver o lado bom da situação. Segundo ela, a família começou a

interagir mais em casa por terem cortado certas distrações e acabaram se unindo. As duas entrevistadas, chefes de família, também perceberam diferença em todo o seu ciclo de amizades, e também em sua família. Márcia inclusive, apesar de não ter perdido o emprego, declarou ter precisado ajudar seus irmãos que ficaram desempregados com a crise. Silvana também sentiu esse aperto orçamentário, declarou ela:

“Sim, afetou todo mundo eu acho, porque tá tudo muito mais caro né. O poder de compra ele diminuiu muito, o que você comprava com seu salário, hoje não é a mesma coisa. A crise, a gente não tem mais reajuste salarial, as coisas ficaram muito caras, né, salário não aumentou e as coisas subiram demais.” (Silvana, 60 anos)

Mas também não encarou como algo ruim, segundo ela, ela e o marido já estão acostumados a viver dessa maneira e não sofrem muito, se organizam muito bem e sempre levaram a vida assim:

“A gente sabe que pra gente ter algumas coisas que a gente quer muito, a gente às vezes tem que deixar outras coisas né, a prioridade.” (Silvana, 60 anos)

4.5. Impacto da crise nas atividades de lazer

Embora a maioria dos jovens entrevistados tenham se declarado tranquilos em relação às finanças e ao seu lazer em um primeiro momento, após certos estímulos e perguntas mais específicas todos acabaram assumindo certas mudanças e também perceberam impacto na família e amigos. Então é possível perceber que isso os afetou de alguma maneira, já que muitos declararam precisar adequar seus planos para poderem sair com os amigos, por exemplo substituindo uma saída noturna a um bar por uma “social” em casa.

“Se antes a gente fazia as coisas no bar, hoje em dia a gente marca alguma coisa na casa de alguém.” (Larissa, 23 anos)

“Ah, a gente vai e faz alguma coisa na casa de alguém, que é mais barato. Eu acho muito ruim porque não me afetou diretamente né então assim, me afeta porque tenho que mudar meus planos também.” (Clara, 21 anos)

Márcia também precisou adequar seus hábitos de lazer para continuar se divertindo mesmo com o orçamento mais curto, em suas palavras:

“Eu mudei, o que que eu fiz, ao invés de ir ao shopping, eu vou para a praça. A gente vai para a praça ele leva o skate dele, anda lá, a

gente come uma pipoca. A gente vai no finalzinho da tarde.” (Márcia, 48 anos)

Com “ele” ela se refere ao seu filho Thiago, que é sua principal companhia nas atividades de lazer. Ela também disse que gostaria de poder pagar uma academia, mas no momento não se encaixa no orçamento.

Rosa também teve que cortar alguns passeios e poupar dinheiro para prioridades, como alimentação, segundo ela:

“Parei de ir ao shopping, deixei de sair, comer fora de uns dois anos pra cá. Porque eu fiquei muito apertada, muitos gastos aí, a situação ficou apertada, aí eu deixei de sair, fazer essas coisas.” (Rosa, 47 anos)

Silvana de 60 anos, também afirmou efetuar cortes com supérfluos, como consumo fora de casa e saídas, ela diz que reduz a frequência das saídas e gastos com essas atividades sempre que as coisas “apertam” e quando a situação financeira melhora, ela e seu marido aumentam novamente a frequência e por aí vai.

Por parte dos entrevistados mais jovens, embora tenham percebido certa melhoria no poder aquisitivo por conta do início do recebimento de salário com a entrada no mercado de trabalho, sentiram muito em suas famílias a diferença dos hábitos de lazer que praticavam em conjunto, a ida à restaurantes, alimentação fora de casa e viagens foram situações citadas pela maioria.

“Em relação à minha mãe, teve uma época que a nossa vida tava um pouco mais fácil de dinheiro, que tipo, domingo a gente saía direto pra almoçar fora e agora a gente não faz mais tanto quanto antigamente.” (Maria, 23 anos)

“Eu viajava todo ano para o exterior e agora não viajo mais. No início eu fiquei querendo comer fora, ah chegou sexta feira à noite, quero comer fora e não pude, é meio chato mas depois, ou então sei lá a gente substitui por um restaurante mais barato mas não deixa de comer fora.” (Rita, 23 anos)

Até mesmo Clara, que primeiramente declarou que não foi afetada pela crise, descreveu certas mudanças de hábito:

“É, frequentar restaurantes com certeza. É raro eu frequentar restaurantes com a minha família, agora a gente pede mais em casa. E viajar a gente viajava mais pra lugares diferentes, a gente tem casa em Angra, então agora a gente só vai pra lá. Que também não paga hospedagem e tudo mais, e fica bem mais barato.” (Clara, 21 anos)

Saulo, em um primeiro momento também declarou não ter sido impactado, porém ao ser estimulado com perguntas mais focadas nos seus hábitos de lazer

ele conseguiu perceber certas mudanças, como por exemplo a diminuição da frequência com que ele e sua namorada iam ao cinema, aos shows que gostavam muito, e que viajavam para a casa do primo em Macaé aos fins de semana e também deixaram de fazer viagens por exemplo em alguns feriados, como carnaval, durante um certo tempo.

Algo percebido entre os jovens é que costumam muito economizar na alimentação no dia a dia, como recebem ticket refeição da empresa onde trabalham, preferem levar marmita durante a semana e economizar o ticket para ir à restaurantes e bares. Abaixo o relato de Saulo sobre essa questão:

“Então, isso é uma coisa que eu faço, eu recebo ticket alimentação, aí levo comida pro trabalho em alguns dias da semana pra deixar o ticket alimentação muitas vezes pra... o ticket refeição no caso né, pra gastar no final de semana, isso eu faço sempre.” (Saulo, 24 anos)

5. Conclusões

O objetivo do presente estudo era entender se, e de que maneira a crise pôde exercer algum reflexo no comportamento de consumo de lazer e alternativas de entretenimento dos entrevistados, qual foi o grau de impacto que esse fator econômico exerceu e quais foram as substituições de hábitos feitas pelos entrevistados.

Foi possível concluir com a pesquisa realizada que embora alguns em menor outros em maior grau, todos os entrevistados foram afetados direta ou indiretamente pela crise. Aparentemente, aqueles que não foram afetados diretamente, tiveram de adequar seus hábitos por conta de pessoas próximas amizades por exemplo, substituindo as escolhas de programação.

Além disso, muitos declararam não terem sido impactados em um primeiro momento, porém ao serem estimulados e perguntados sobre hábitos específicos começaram a responder que realmente perceberam uma redução na frequência de determinados hábitos, como comer menos fora de casa durante a semana e frequentar restaurantes com a família.

É importante interpretar as conclusões aqui apresentadas como ponto de partida para uma análise mais aprofundada, pois se trata de uma pesquisa exploratória, e as hipóteses aqui levantadas são interpretações de análises baseadas nas entrevistas realizadas.

Para os entrevistados mais jovens que exercem alguma atividade remunerada, moram com os pais e não precisam contribuir com as contas, seu lazer não foi completamente comprometido, notaram inclusive um aumento no poder aquisitivo por conta de sua remuneração mensal. Porém, a percepção de aumento generalizado de preços também foi amplamente percebida para este público.

Para estes, por estarem em um momento de conciliação de trabalho e estudo, aparentemente as barreiras de tempo foram mais percebidas do que as barreiras econômicas.

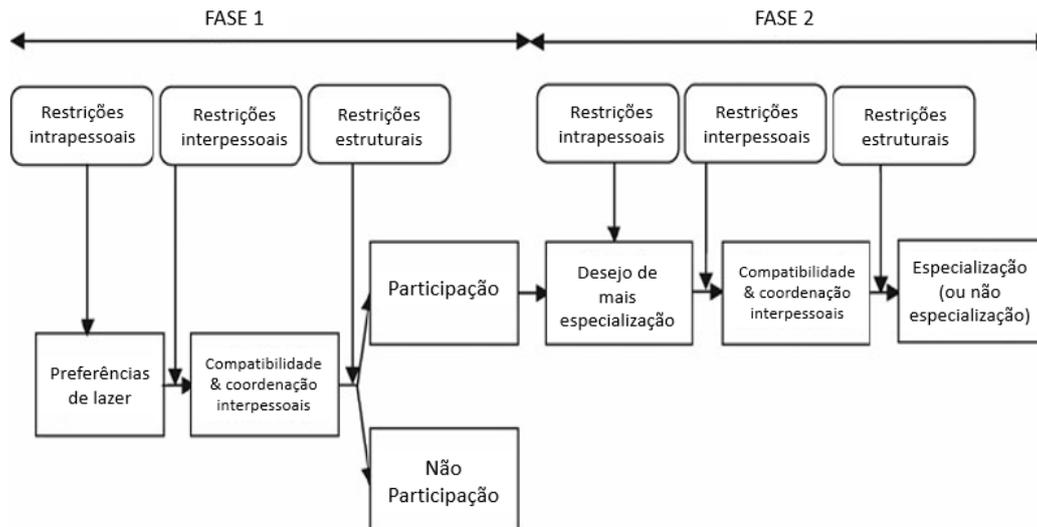


Figura 3: Modelo hierárquico de restrições ao lazer traduzido para o português (Fonte: RESEARCH GATE)

De acordo com o modelo hierárquico de restrições ao lazer de Crawford, Jackson e Godbey (1991), representado na figura acima, o tempo é caracterizado como uma restrição estrutural, pelo modelo, na fase 1, ela atua levando o entrevistado à decisão de não participação ou participação, embora a preferência tenha sido definida e exista a compatibilidade & coordenação interpessoais, ou seja, após as restrições intrapessoais e interpessoais terem sido ultrapassadas, entram as restrições estruturais como o tempo.

As entrevistadas de mais idade, que possuem menor grau de escolaridade e podem ser consideradas um público de baixa renda, declararam ter sentido muito a crise, e seus momentos de lazer, que já eram tão poucos antes, onde é necessário despender recursos financeiros, sofreram ainda maior redução. Como ambas sustentam a família, também houve muitos cortes de despesas dentro de casa.

A possível explicação para as barreiras econômicas serem mais percebidas pelos mais velhos do que pelos jovens é a de que estes não dependem recursos para sustentar outras pessoas ou uma casa, pois não tem filhos e ainda moram com os pais. Ao passo que, os entrevistados com mais idade e com filhos tem uma tendência mais forte à barreira econômica. Outro fator além da idade, é o fator renda, que também aparenta ter bastante peso nessa questão.

Os resultados do estudo também apontam que os entrevistados perceberam bastante impacto nas atividades de lazer em família, como viagens, e refeições fora de casa, que passaram a ser feitas mais em sua própria residência.

As observações levantadas pelo estudo podem ser relevantes para obter um melhor entendimento do comportamento do consumidor e o seu processo decisório no que diz respeito ao consumo de lazer. Elas podem ser aproveitadas pelos empresários do ramo, e pelo público em geral, que deseja obter maiores informações sobre como os fatores econômicos e ambientais podem restringir e influenciar o processo de tomada de decisão do consumidor. Obtendo um maior conhecimento sobre a tendência de impacto da crise no comportamento de consumo de lazer dos cariocas, esses empresários podem ter um maior embasamento e um ponto de partida que direcione de forma mais assertiva suas decisões estratégicas, e como adaptar seu negócio para sobreviver e crescer nesse momento. Isso vale tanto para pessoas que pretendem investir nesse setor quanto para os negócios já existentes.

Uma sugestão por exemplo para empresas já consolidadas ou que pretendem investir no ramo alimentício, seria analisar uma possível implementação de um serviço de *delivery*, visto que as pessoas acabam consumindo mais dentro de casa do que fora, tanto por conta de cortes de custos, quanto pela mobilidade e violência. Os jovens por exemplo, por vezes tem optado por organizar encontros em casa com os amigos ao invés de sair para bares e restaurantes.

5.1. Sugestões para pesquisas futuras

Seria muito interessante complementar este estudo com uma pesquisa em formato quantitativo, utilizando uma amostra maior.

Por meio dessa pesquisa, seria pertinente levantar e testar as hipóteses apontadas nas conclusões do estudo, como: tentar entender e identificar melhor quais atividades específicas de lazer foram mais ou menos afetadas, em que grau elas foram afetadas, e apurar a relação dos jovens com as barreiras econômicas e compará-las com a de pessoas de mais idade. Também seria relevante realizar uma análise mais aprofundada do impacto do fator renda na percepção dessa restrição estrutural econômica.

6. Referências Bibliográficas

AMENDOLA, Juliana. **Mudanças no mercado brasileiro: Família não é tudo igual**. Brasil, Maio 2017.

ASSAYAG, Elaine; Motta. **A intenção de consumo de entretenimento e as gerações brasileiras**. Rio de Janeiro, 2003. 105 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BBC BRASIL. **Estas são as 50 cidades mais violentas do mundo (e 17 estão no Brasil)**. 07 de mar. de 2018. Disponível em: < <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43309946>>. Acesso em: maio de 2018.

BOA VISTA SCPC. **Lazer é o primeiro item que o consumidor corta do orçamento em tempos de crise**. 14 mar. 2016. Disponível em: < <https://www.boavistaservicos.com.br/noticias/pesquisas/lazer-e-o-primeiro-item-que-o-consumidor-corta-do-orcamento-em-tempos-de-crise/>>. Acesso em: 01 de março de 2018.

BRISO, Caio Barretto. **Em debate, a formação da identidade carioca**. O Globo, Rio de Janeiro, 17 mar. 2015 Disponível em: < <https://extra.globo.com/noticias/rio/em-debate-formacao-da-identidade-carioca-15615696.html> >. Acesso em: 20 de março de 2018.

CAMARGO L. (1989), **O que é lazer**. Editora Brasiliense. São Paulo.

DINIZ, Fernanda e MOTTA, Paulo C. **Em Busca de um Modelo de Restrição de Lazer para os Consumidores de Mais Idade**. 30º encontro da ANPAD, Salvador, 2006.

EARP, Fábio. **Pão e circo: Fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento**. Rio de Janeiro. 2002.

FRANCO, L. e BARBON, J. **1 em cada 3 moradores do Rio afirma já ter ficado no meio de confrontos a tiros**. Folha de São Paulo, São Paulo, 2 de abr. 2018. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/04/1-em-cada-3-moradores-do-rio-afirma-ja-ter-ficado-no-meio-de-confrontos-a-tiros.shtml>>. Acesso em: maio de 2018.

G1 Rio. **Mais de mil estabelecimentos comerciais fecharam no RJ em 2017, aumento de 26,5% em relação ao ano anterior**. Rio de Janeiro, 05 mar. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/mais-de-21-mil-estabelecimentos-comerciais-fecharam-no-rj-em-2017-aumento-de-265-em-relacao-ao-ano-anterior.ghtml>>. Acesso em: 27 de abril de 2018.

GAVRAS, Douglas. **Crise financeira deixou marcas no Estado do Rio.** O Estado de S. Paulo. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,crise-financiera-deixou-marcas-no-estado-do-rio,70002187692>>. Acesso em: 02 de junho de 2018.

GOMES, Christianne Luce. **Lazer: Necessidade humana e dimensão da cultura.** *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*, Belo Horizonte, v. 1, n.1, p. 3-20, jan./abr. 2014.

JORNAL DO BRASIL. **Taxa de desemprego no Rio de Janeiro é a maior do Sudeste.** Rio de Janeiro, 17 mai. 2018. Disponível em: <http://www.jb.com.br/rio/noticias/2018/05/17/taxa-de-desemprego-no-rio-de-janeiro-e-a-maior-do-sudeste/>. Acesso em: maio de 2018.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão.** 3ª ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARTINS, R. **Crise no Rio de Janeiro: uma tragédia para a população.** Carta Capital, Rio de Janeiro, 07 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/964/crise-no-rio-de-janeiro-uma-tragedia-para-a-populacao>>. Acesso em: 01 de novembro de 2017.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo.** *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 99-115, jan.-mar. 2007.

QUENTAL, Paula. **A crise do Rio e o golpe de 2016.** 16 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/brasil-debate/a-crise-do-rio-e-o-golpe-de-2016>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

RESEARCH GATE. **Recreationists' Constraints Negotiation Process for Continual Leisure Engagement - Scientific Figure on ResearchGate.** Disponível em: <https://www.researchgate.net/Hierarchical-model-of-leisure-constraints-Crawford-et-al-1991-p-316_fig1_267397022> Acesso em: 14 de maio de 2018.

RIO COMO VAMOS. **Altos índices de violência no Rio.** Rio de Janeiro, 15 de set. de 2018. Disponível em: <<http://riocomovamos.org.br/site/seguranca/2017/09/rio-altos-indices-de-violencia/>> Acesso em: março de 2018.

SARAIVA, Alessandra; SALES, Robson. **PIB do Brasil cai 7,2% em dois anos, pior recessão desde 1948.** Valor econômico. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4890366/pib-do-brasil-cai-72-em-dois-anos-pior-recessao-desde-1948>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – **Relatório de inteligência setorial de Turismo.** Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/setores/turismo/relatorios-de-inteligencia>>. Acesso em: 01 de novembro de 2017.

SINDRIO - Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro. **Notícias Ano 15// Número 107**. Rio de Janeiro, 2017 Disponível em: < <http://sindrio.com.br/> >. Acesso em: 30 de novembro de 2017.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor - Comprando, Possuindo e Sendo**. 11ª ed., Estados Unidos: Bookman, 2016.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor - Comprando, Possuindo e Sendo**. 9ª ed., Estados Unidos: Bookman, 2011.

TASCHNER, Gisela B. **Lazer, cultura e consumo**. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 38-47, out.- dez. 2000.

TEIXEIRA, F. **Rio bate recorde de homicídios em oito anos, segundo ISP**. O Globo, Rio de Janeiro, 18 de jan. 2018. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/rio/rio-bate-recorde-de-homicidios-em-oito-anos-segundo-isp-22300838> > Acesso em: maio de 2018.

UOL ECONOMIA. **Em crise, RJ viu número de desempregados subir 157% em 3 anos**. São Paulo, 23 fev. 2018. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2018/02/23/desemprego-pnad-continua-trimestre-janeiro-ibge.htm>>. Acesso em: 27 de abril de 2018.

ZIKMUND, W. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. 2ª ed., São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

7. Anexos

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

- Apresentação do tema da pesquisa
- Pedir autorização para gravar a conversa

Perguntas sócio demográficas:

- 1) Trabalha? Com?
- 2) Sexo F () M ()
- 3) Grau de escolaridade
- 4) Idade
- 5) Onde mora?
- 6) Estado Civil

O que é lazer para você?

- 7) O que você gosta de fazer no seu tempo livre? **Porque?**

Ex.: Ler, ir ao cinema, teatro, esportes, ir a festas, bares, restaurantes, museus, viajar...

- 8) Você sai à noite? Dia de semana ou fins de semana?
- 9) Frequência, sai muito? Você acha que saía mais e passou a sair menos?
- 10) Com quem faz? Cias? Amigos? Família?
- 11) **Onde faz essas coisas?**
- 12) O que não faz, tem algo q quer fazer mais, ou que não faz e quer fazer?
 - o que te impede de fazer isso?
 - é algo específico do momento?
- 13) Qual a importância do lazer para você, na sua vida?

Crise:

- 14) Você percebeu diferença nos últimos tempos no seu poder de compra, suas finanças?

- 15) **Se sim, qual foi o motivo disso pra você?**

Ex.: Algum gasto grande específico (com um projeto, doença, divórcio), aumento

de impostos, redução de salário, inflação alta (diminuição do poder de compra)...

16) Como você se sentiu com essa mudança?

17) E das pessoas com as quais você convive, você sentiu que afetou o padrão de vida delas?

18) Tem algo que você comprava e deixou de comprar, ou passou a comprar com menos frequência por conta do preço?

19) Você diria que passou a economizar mais/pensar mais antes de fazer uma compra/evitar gastar com certas coisas nos últimos anos? Por qual motivo? (pensar mais, evitar fazer certos gastos...)

20) Com o que evita gastar?

Relação lazer x crise:

21) Essa crise que é tão falada, você sentiu? Mudou alguma coisa pra você? Te afetou?

22) Nos últimos anos, você deixou de fazer algo ou passou a fazer menos alguma atividade de lazer da qual você gostava muito? (deixou de viajar, deixou de sair, etc...)

23) Se sim, qual foi o motivo?

24) Você diria que passou a economizar em algumas coisas para poder manter seu lazer?