

Um terço dos brasileiros tem medo de ir a bares e restaurantes, diz CNI[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Daniela Carvalho FolhaPress Um ano e meio após o primeiro caso de Covid-19 ser registrado no país, grande parte dos brasileiros ainda tem receio de frequentar lugares públicos, segundo levantamento divulgado pela CNI (Confederação Nacional da Indústria) nesta sexta-feira (30). O estudo aponta que 34% da população sente medo grande ou muito grande de frequentar bares ou restaurantes. O índice cai para 17% quando a pergunta é sobre supermercados. Esses números eram de 45% e 26%, respectivamente, em abril. Os dados foram coletados pelo Instituto FSB Pesquisa, que entrevistou por telefone 2.000 pessoas de todos os estados e do Distrito Federal entre os dias 12 e 16 de julho. A margem de erro é de 2 pontos percentuais, e o intervalo de confiança é de 95%. No final de abril, chegava a quase 10% o percentual de pessoas totalmente vacinadas no país. Nesta quinta (29), eram 25% aqueles que tomaram a primeira e a segunda dose. Além disso, nos últimos meses, a população começou a sentir os efeitos das imunizações: no dia 15 de julho, pela primeira vez em oito meses, o Brasil viu os casos de Covid-19 desacelerarem de forma constante, de acordo com o monitor da aceleração da Covid, da Folha. A plataforma mede a variação de novos infectados nos últimos 30 dias. Esse cenário contrasta com o de abril, período inicial de comparação da pesquisa da CNI. No início daquele mês, o Brasil ultrapassou os 4.000 mortos por Covid em um só dia pela primeira vez na pandemia. “A preocupação com a pandemia ainda é grande”, afirma o gerente de Análise Econômica da CNI, Marcelo Azevedo. Ele diz que os índices têm acompanhado a variação no número de contágios e mortes e a vacinação. Imunizar a população, portanto, é fundamental para a retomada econômica, diz ele, em convergência com o que economistas e empresários têm defendido nos últimos meses. “O avanço da vacinação vai fazer as pessoas se sentirem mais seguras e voltarem aos hábitos de consumo perdidos”, afirma. O economista Marcelo Neri, diretor do FGV Social, lança uma dúvida sobre o retorno desses costumes. “O comércio eletrônico ganhou com a pandemia e deu um empurrão para as pessoas não precisarem ir ao shopping. Não só para a compra, mas antes disso, para a busca, por exemplo”, comenta. Em 2020, as vendas do comércio eletrônico cresceram 41%, atingindo um faturamento de R\$ 87,4 bilhões, de acordo com dados do relatório Webshoppers da Ebit|Nielsen e do Bexs Banc. Apesar da sensação de segurança da população, que melhorou, a percepção dos efeitos da crise sanitária na economia tem permanecido em patamares altos. Em julho de 2020, auge do pessimismo, eram 89% aqueles que acreditavam terem sido muito grandes ou grandes os efeitos. Em julho deste ano, 87% tinham a mesma opinião, uma oscilação dentro da margem de erro da pesquisa. Ao dividir esse índice por gênero, percebe-se que as mulheres têm uma percepção mais pessimista: 70% delas acham que o impacto da crise foi muito grande, frente a 54% dos homens. “Um dos estudos que li chama a crise de 2008 de recessão [recessão, em inglês], enquanto denomina a crise gerada pela pandemia de shecession [começando a palavra com she, ela, em inglês], uma crise delas”, comenta Neri. “Essa recessão teve um viés contra as mulheres, que desempenham esse papel duplo, de produtoras e cuidadoras.” Em 2020, a crise deixou mais da metade das mulheres fora do mercado de trabalho. A taxa de participação na força de trabalho ficou em 45,8%, uma queda de 14% em relação a 2019. A evasão escolar é um dos motivos mais citados por especialistas para o retrocesso, uma vez que o cuidado dos filhos recaiu sobre as mães. “As mulheres foram as grandes perdedoras da crise, porque elas tiveram que assumir outras funções. Os dados refletem a percepção de quem viveu uma situação mais adversa”, afirma Neri. MPF alertou governo federal sobre risco de...

