



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022  
ISSN 2177-3866

## **REFLEXOS DO URBAN JUNGLE NO BEM-ESTAR SUBJETIVO EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID-19**

**EDUARDO MARTINS DE ARRUDA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

# REFLEXOS DO *URBAN JUNGLE* NO BEM-ESTAR SUBJETIVO EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID-19

## 1. INTRODUÇÃO

No término do mês de dezembro de 2019, com o surto da doença Coronavírus 2019 (COVID-19) em Wuhan na China, a Organização Mundial da Saúde (OMS) em 30 de janeiro de 2020 declara a COVID-19 como estado de emergência de saúde pública. E, em decorrência do número de casos da doença em diversos locais no mundo, passou-se a caracterizá-la como pandemia em 11 de março do mesmo ano, dada a forma de disseminação sem fronteiras para a população mundial (YU *et al.*, 2020).

Em decorrência da COVID-19, doença infecciosa e altamente transmissível pelos seres humanos (THULER; MELO, 2020), a população mundial sofreu mudanças significativas em seus hábitos e rotinas. Para Reis, Reis e Nascimento (2020), de um lado, o isolamento social passou a ser recomendado para controlar o progresso da doença, mas por outro contribuiu para desencadear o surgimento dos mais variados problemas de saúde, a exemplo da solidão, depressão e estresse. Assim, segundo estes autores, as práticas de cultivo de plantas podem ser uma alternativa para amparo no trato de doenças mentais e recuperação de doentes contribuindo para que as pessoas se sintam melhor durante este momento de isolamento social ocasionado com a pandemia.

Portanto, verifica-se a ocorrência de novos hábitos de consumo em relação ao que consumir, quando e onde (SHETH, 2020). Reis, Reis e Nascimento (2020) destacam que com a pandemia, as pessoas têm procurado uma conexão com a natureza e o desenvolvimento de atividades relacionadas à jardinagem, horticultura, produção e compra de arranjos de flores mostraram-se importantes companheiros para manutenção e restabelecimento da saúde. Por conseguinte, com a pandemia os consumidores passaram a empreender esforços individuais e/ou coletivos para maior promoção em relação aos modos de vida objetivando alcançar elementos que pudessem melhorar suas experiências de vida (SHETH, 2020).

Nesta direção, as pessoas mudam seus hábitos de consumo e algumas tendências já existentes são intensificadas, a exemplo do *Urban Jungle*. De acordo com Guimarães e Ganske (2016) a cidade concebida como cenário do cotidiano dos seus moradores vem passando por transformações que direcionam novos olhares quanto ao modo de viver de maneira mais sustentável. Assim, segundo os autores, o *Urban Jungle* ou Selva Urbana (tradução livre) é uma tendência que surge frente à necessidade de maior aproximação das pessoas com o verde, de modo que há uma valorização quanto à inclusão da natureza para dentro dos lares.

Desse modo, o objetivo principal deste trabalho é verificar o consumo do cultivo de plantas nos lares durante o momento de pandemia da Covid-19 e suas contribuições para o Bem-Estar Subjetivo. Tomamos por hipótese, neste estudo, que o cultivo de plantas em casa tem contribuído para melhora do estado emocional e qualidade de vida das pessoas durante a pandemia.

Conforme disposto por Brindley, Jorgensen e Maheswaran (2018), os benefícios dos espaços verdes são preponderantes nos índices de saúde das pessoas, incluindo diminuição da obesidade, estresse, sofrimento psicológico, depressão e ansiedade. Deng e Deng (2018) ressaltam que trazer a natureza e integrá-la aos espaços internos proporciona aos seres humanos maior envolvimento com áreas verdes e benefícios para sua saúde e conforto, de modo que a conexão com a natureza integra o processo de desenvolvimento humano.

Assim, partindo-se de elementos relacionados ao *Urban Jungle* e ao Bem-Estar Subjetivo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os sujeitos em formato *on-line*, a fim de identificar a partir da percepção dos respondentes quais os efeitos positivos que o consumo do cultivo de plantas pode ocasionar em seu Bem-Estar Subjetivo.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Bem-Estar Subjetivo

As palavras felicidade e bem-estar, frequentemente, são usados de maneira equivalentes (DIENER *et al.*, 2018). Quanto a palavra felicidade, pode ser considerada como objetivos dos indivíduos, algo mais particular, algo de acordo com a percepção de cada um. Assim, os indivíduos procuram a felicidade em vários momentos da vida (MOGILNER, 2019). Isso envolve sentir que a felicidade está presente na vida, mais de forma positiva do que negativa, e com uma visão geral, ao perceber que a felicidade é bastante significativa e satisfatória (DIENER *et al.*, 2018; MOGILNER, 2019).

A procura pela felicidade, muitas vezes se dá constantemente através do consumo, sendo comparada a algo hedônico (BRICKMAN; CAMPBELL, 1971). Assim, cada ato de consumo, o sentimento de felicidade aumenta temporariamente, sendo os sentimentos retomados em seguida ao estado normal. Isso contribui para que aconteça um ciclo de consumo eterno, pois os indivíduos sempre estarão buscando novas experiências ao consumir bens e serviços, para manter um nível de felicidade alto, com uma ideologia de consumo que reflete no comportamento de compras, e, no bem-estar subjetivo. As discussões empreendidas na literatura acerca do bem-estar subjetivo enfatizam como a felicidade é percebida como o maior bem e motivação para a ação humana. Assim, observa-se como os julgamentos cognitivos e reações afetivas influenciam na vida das pessoas (DIENER, 1984).

Alguns cientistas que analisam o comportamento humano, têm focado em estudos sobre o bem-estar, que levam os indivíduos a avaliarem suas vidas como algo raro, valioso, recompensador, de forma subjetiva, designando de bem-estar subjetivo, que é a forma como os indivíduos avaliam e ponderam a própria vida (DIENER *et al.*, 2018). Compreendido como os indivíduos avaliam não somente a própria vida, mas também como analisam o próprio crescimento, desenvolvimento, significado, propósito, (HOMAN, 2016).

O conceito de Bem-Estar Subjetivo (BES) surge já no final dos anos 1950 a partir de discussões voltadas para a qualidade de vida. Neste contexto, o BES torna-se um importante indicador para a satisfação com a vida e o interesse dos pesquisadores não está restrito apenas a descrever o que torna as pessoas mais felizes, mas o que de fato orienta a compreensão dos elementos que suportam a felicidade. Dessa forma, a definição do conceito de Bem-Estar Subjetivo forma um balanço entre emoções positivas e emoções negativas (SIQUEIRA; PADOVAM, 2008). Nesse sentido, a dimensão afetiva faz referência a forma como os indivíduos julgam suas emoções em busca de satisfação, em contextos abrangentes, que analisa do básico ao complexo, como satisfação pessoal à satisfação no trabalho. Quanto à dimensão negativa, envolve emoções de culpa, tristeza, vergonha, são emoções que influenciam negativamente no *self* dos indivíduos. Destaca-se que um nível de bem-estar subjetivo elevado, dá-se quando o indivíduo analisa e reconhece a satisfação de forma global com a vida, com mais emoções e vivências positivas (MENDONÇA, 2014; DIENER, 2016).

O Bem-Estar Subjetivo está relacionado à ideia do que se constitui como qualidade de vida e os elementos que são desejáveis para as pessoas acreditarem que vivem bem. Assim, a conceituação para a qualidade de vida é democrática na proporção em que os indivíduos possuem o direito de escolha para uma vida plena. Logo, a definição para a abordagem do

Bem-Estar Subjetivo (*Subjective Well-Being* - SWB) está relacionada às avaliações que as pessoas fazem para suas vidas, de modo que experimentam bem-estar quando se encontram envolvidas com atividades que tragam emoções prazerosas, cognitivas e afetivas e ausência de sofrimento (DIENER, 2000).

Salienta-se que na vida dos indivíduos, o ideal é manter um equilíbrio entre as emoções positivas e negativas (ENGLISH; CARSTENSEN, 2015). Zanon e Hutz (2014) mencionam que a frequência das emoções e a intensidade dessas mesmas emoções afetam a vida delas, que influencia diretamente no bem-estar subjetivo. Diante disso, Hutz, Zanon e Bardagi (2014) afirmam que a forma como os indivíduos avaliam suas vidas, pode mudar a depender daquele momento de humor e situação deles, envolve um contexto e sentimentos, no entanto, o que prevalecerá serão as lembranças mais estáveis no momento de avaliar a própria vida. Com isso, Lague, Gallon e Cerutti (2019) supõem que, de maneira ampla, pessoas satisfeitas com a vida possuem um elevado nível de bem-estar.

De acordo com Diener (2000) o bem-estar subjetivo propõe três aspectos: A subjetividade, que envolve experiências sobre situações de si; O entendimento, que destaca que o bem-estar subjetivo não é somente ausente de emoções negativas, mas presença de emoções positivas, e; Medida global, como o próprio aspecto enfatiza, são contextos globais, não somente algo individual e limitado de uma parte da vida.

Algumas variáveis influenciam diretamente no bem-estar subjetivo, como o ambiente, na qual estamos inseridos, contribuindo para a qualidade de vida, de forma positiva ou negativa. Diante desse contexto, o ambiente precisa estar de acordo com as necessidades e estilo de vida dos indivíduos, convergindo com os gostos, preferências, modo de viver, que influenciem diretamente e positivamente no bem-estar subjetivo. Nesta direção, muitos indivíduos possuem um ambiente doméstico, repleto de plantas, deixando-o mais agradável.

## **2.2 Interação pessoas-plantas**

As coisas que são adquiridas pelas pessoas além de suas funções são concebidas como possuidoras de significados pessoais e sociais, de modo que o simbolismo de um bem está relacionado ao que este consumo representa para o indivíduo (LEVY, 1959). Por conseguinte, a formação de uma cultura de consumo encontra-se relacionada com os impactos ocasionados no bem-estar das pessoas. Gabriel e Lang (2008) destacam que o consumismo passou a ser uma preocupação com os padrões de consumo e escolhas e ter bens materiais é sinônimo de felicidade e sucesso, mas que movimentos anticonsumo surgem em oposição ao consumo capitalista.

De certa forma, acontecimentos como a pandemia, entre outras experiências pessoais, para muitas pessoas cria um estado de reflexão sobre o propósito de vida. Em meio a fragilidade da vida, muitas pessoas acabam refletindo sobre a busca da felicidade e as relações de consumo. Nesse contexto, algumas atividades podem ser ressignificadas de valor, tais como: jardinagem, contato com a natureza, artesanato, cuidar da saúde, busca pelo autoconhecimento, voluntarismo, etc.

Observa-se como as relações familiares e sociais contribuem de forma significativa para mudanças nos hábitos de consumo, de modo que influenciam não apenas no comportamento humano, mas também nos discursos e práticas comerciais. Assim, com a “revolução do consumo” empreendida por essas relações socioafetivas despertam necessidades e desejos a serem experienciadas pelos consumidores (ZALEWSKA, 2015; CASTELLÓ; MIHELJ, 2018). Logo, o que se percebe é que as pessoas compram não só pela utilidade, mas pela representação que o bem possui (LEVY, 1959), já que as pessoas atribuem significados ao seu consumo, ou seja, ao simbolismo atrelado ao produto (BELK, 1988).

Face ao exposto, verifica-se como o simbolismo molda as relações de consumo e impulsiona os indivíduos para a compra de um produto ou serviço influenciando assim em sua filosofia de vida. Portanto, o significado que o cultivo de plantas representa na vida das pessoas são preponderantes para o consumo desta “Selva Urbana”.

Deng e Deng (2018) ressaltam que trazer a natureza e integrá-la aos espaços internos proporciona aos seres humanos maior envolvimento com áreas verdes e benefícios para sua saúde e conforto, de modo que a conexão com a natureza integra o processo de desenvolvimento humano. Assim, a interação pessoas-plantas com o contexto da pandemia mostra-se como uma opção na melhoria da saúde física e mental, inclusive durante o período de isolamento social em decorrência da COVID-19 (REIS; REIS; NASCIMENTO, 2020).

Os jardins sempre estiveram presentes na história da humanidade. Desde os jardins suspensos da babilônia até os jardins e parques da atualidade, o homem encontra nesses locais refúgio, inspiração e contemplação da natureza. O homem cultiva plantas com diferentes propósitos como alimentício, medicinal, sensorial, ornamental e como matéria-prima para a indústria ou artesanato. Os jardins também se constituem com ambientes de lazer, interação social e possuem ação terapêutica sobre o bem-estar psicológico das pessoas. Diversos estudos relatam a influência positiva de jardins, como elemento humanizador; em hospitais, casas de reabilitação, escolas, clubes, ambientes corporativos, etc.

Nesse ponto, estudos confirmam que a presença de plantas nos ambientes residenciais ou coletivos atuam principalmente na purificação do ar, remoção de toxinas, fornecem oxigênio, controle da temperatura, ajuda no isolamento acústico, reduz a fadiga e o estresse.

Nesse aspecto, Wilson (1989) conceituou a Biofilia como uma predisposição que o ser humano tem para o que é natural. Ou seja, o homem possui genes que nos fazem relacionar o contato com a natureza como algo familiar, algo benéfico. Somos mais felizes quando temos a natureza ao nosso redor. Seja em casa, no trabalho ou na rua, parques, etc.

Com o processo de urbanização, muitas cidades tornaram-se verdadeiras selvas de pedras. O processo de verticalização residencial afetou drasticamente a paisagem de muitas cidades brasileiras nas últimas décadas. As casas residenciais que antes possuíam jardins e quintais e em alguns casos até jardins internos na edificação, deram lugar a prédios cada vez mais altos. Vale destacar que prédios mais antigos não tinham ainda a preocupação de inserção de áreas verdes ou dificilmente possuía projeto paisagístico. Ou ainda, prédios de pequeno porte ou populares, quase sempre ainda não levam em consideração a inclusão de áreas verdes em seu projeto.

Na década de 90 ocorreram marcantes conferências e debates mundiais sobre a importância de cuidar do meio ambiente, como a RIO-92. Historicamente foi um momento decisivo de tomada de consciência ambiental por meio das nações. No âmbito individual, encontramos pessoas com diferentes visões sobre o cuidado do meio ambiente. Para os mais jovens, essa consciência já ocorre desde muito cedo através da inserção de conteúdos como preservação do meio ambiente e sustentabilidade na escola. Para os mais velhos, o tema ainda não é um senso comum.

Na última década tem se verificado o maior interesse por cultivo de plantas dentro de espaços pequenos, como apartamentos, loft e até escritórios. Curiosamente, o hábito de cuidar de plantas antes tido como coisa de pessoas mais velhas, passou também a ser marcante na vida dos jovens adultos.

Josifovic e Graaff (2021) apontam que a paixão em viver com plantas em casa levou a criação do *Urban Jungle Bloggers* em 2013. Segundo eles, o *Urban Jungle* não é uma tendência, as plantas de interior adentraram na vida das pessoas e vão continuar. Assim, viver com plantas não é somente destacar sua beleza, mas existem outros elementos associados às áreas verdes em que as plantas em casa possuem efeitos significativos na saúde e na vida das pessoas com a “Selva Urbana”.

É válido salientar que, segundo os autores, dada a participação dos leitores em relação aos destaques por eles realizados para a comunidade verde no blog *Urban Jungle Bloggers*, passaram a documentar o amor que possuíam com plantas também em uma conta no Instagram sendo que a hashtag “#urbanjunglebloggers” se tornou uma das mais populares para as discussões em relação a “plantas de casa”.

O *Urban Jungle* é uma tendência mundial dos centros urbanos que se caracteriza por preencher ambientes internos privados, como apartamentos e escritórios, com plantas. O movimento além de ser percebido como uma tendência que veio para ficar no design de interiores. É também para muitos dos seus adeptos um modo de pensar o conceito de lar e uma filosofia de vida.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De início buscou-se uma contextualização sobre o assunto bem-estar subjetivo, consumo de plantas no contexto da pandemia (Covid-19), através de uma revisão bibliográfica, buscando compreender os temas abordados para justificar o presente artigo.

A abordagem adotada foi a qualitativa, que segundo Sampieri, Collado e Lucio (2013) é conduzida no ambiente natural em que os participantes estão inseridos e são apropriadas quando o pesquisador busca explorar o fenômeno a ser estudado a partir das experiências e pontos de vista dos indivíduos. Assim, esta é uma pesquisa de enfoque qualitativo e se constitui em uma perspectiva interpretativista fundamentada em análise de conteúdo sob os relatos coletados em relação ao cultivo de plantas com o processo de isolamento social.

Para Reis, Reis e Nascimento (2020) ainda que se compreenda a importância do contato das pessoas com a natureza, observa-se que nos centros urbanos esta conexão é reduzida em decorrência de que cada vez mais as pessoas residem em locais pequenos e cercados de concreto. E, com pandemia a ida a parques com áreas verdes, por exemplo, é limitada, ocasionando uma privação com a natureza. Nesse sentido, esta pesquisa propõe verificar o consumo do cultivo de plantas nos lares durante o momento de pandemia da Covid-19 e suas contribuições para o bem-estar subjetivo a partir desta interação pessoas- plantas.

A coleta de dados foi realizada sob o contexto de um ano e três meses após o início da pandemia de covid-19, especificamente no mês de julho de 2021. Algumas entrevistas foram excluídas por estarem incompletas, possíveis equívocos ou não atenderem aos critérios estabelecidos. Após, tratamento inicial foram consideradas válidas 63 respondentes e o conteúdo em sua totalidade de acordo com o objetivo geral proposto. A escolha da faixa etária adulta (18-59 anos) deve-se ao fato dos autores acreditarem o consumo e cultivo de plantas ser algo mais normal pelas gerações mais velhas. Excluindo também os menores de idade por questões de ausência de independência financeira e por ser um hábito não tão comum. E, quando presente, geralmente ocorre de forma compartilhada com o interesse de algum familiar que habita a mesma residência.

O questionário original continha nove questões de modo a melhor entender o envolvimento do participante com plantas. O questionário baseou-se em perguntas abertas e voltadas para extrair informações mais subjetivas da experiência dos participantes com plantas. A questão da experiência do respondente diante da pandemia foi posta de forma sutil no questionário. De modo a não enviesar os respondentes a um determinado padrão de resposta, assim como o próprio título da pesquisa foi apresentado como “Pesquisa sobre o cultivo doméstico de plantas”. E teve como base teórica autores clássicos como Diener e Belk

Os convites foram feitos através de redes sociais dos autores, tais como WhatsApp e Instagram, que puderam prospectar participantes através da participação direta de amigos ou a indicação de amigos de amigos através da técnica de “bola de neve”, obedecendo aos critérios de idade e presença de plantas na residência no momento atual.

Vale destacar que a maioria dos respondentes informou possuir nível superior e uma parcela expressiva possui pós-graduação. No tocante a formação e ocupação profissional, tivemos uma diversidade significativa de profissões. Intencionalmente, buscamos poucos participantes de áreas possivelmente relacionadas a plantas como arquitetos e biólogos. Quando questionados sobre como surgimento do interesse de ter plantas em casa, tivemos relatos que podemos dividir em categorias: memória afetiva e reflexo da pandemia.

#### 4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Do total dos 63 respondentes, considerados nesse trabalho, percebe-se nas respostas do questionário um resgate da infância e uma trajetória de vida para identificar os momentos que começaram o admirar e cultivar plantas. Como destaca Ryan (2012), as recordações da infância, incluem detalhes de sentimentos, de felicidade, que ultrapassa o sentido da visão, são momentos lembrados por toda uma trajetória de vida. Conforme podemos ver no quadro 1, a experiência com plantas em casa pode trazer sensações de resgate de recordações da infância ou de bons momentos do passado.

Percebe-se, conforme o quadro 1, que existe uma herança do cultivo de plantas, proporcionado pela família, como uma necessidade de continuação do cultivo, iniciado pela mãe de um dos respondentes. Ou seja, uma influência familiar no cultivo de plantas, além de surgimento de uma paixão pelo cultivo, uma paixão herdada. Por meio das respostas, nota-se que esse resgate de vivências da infância e influência familiar, é uma construção de identidade, de um sentimento de orgulho pela continuidade da herança do cultivo de plantas, diante da família, com uma continuação de uma tradição, que pode representar nostalgia (PIACENTINI: MAILER, 2004; JYRINKI, 2012).

Um estudo sobre nostalgia, de caráter fenomenológico e interpretativista, foi realizado por Schindler e Holkrook (2003), identificaram associações da nostalgia, como: lar, pessoas amadas, experiências sensoriais, amizades, fuga, entretenimentos, entre outro. Ou seja, confirmando as evidências nessa pesquisa sobre a nostalgia, com associação ao lar, a herança familiar e experiências sensoriais. O sentimento de nostalgia tende a melhorar o que passou (HOLBROOK, 1993). Assim como, nas respostas, percebe-se um prazer em cultivar plantas, o que influencia no bem-estar subjetivo dos respondentes, indo ao encontro da dimensão subjetividade, definida por Diener (2000), como algo próprio da experiência individual. Além delas também serem influenciadas pelos seus pares, conforme quadro 01.

##### Quadro 01 – Memória Afetiva

###### Memória Afetiva (passado):

*“Desde à infância, com minha vó, tinha um jardim na casa que morávamos. Lembro bem do cuidado dela com as plantas. Quando me casei, aos 17 anos, meu companheiro e eu sempre tivemos plantas em nossos apartamentos. Depois da viuvez, e morando só, com minha vó já falecida, penso que cultivo plantas pra tentar preservar de alguma forma as memórias da minha vida.”*

*“O interesse por plantas começou desde a infância quando presenciava meu pai plantando fruteiras e hortaliças e minha mãe cuidando do jardim. Quando adoecemos, bebíamos chás e melhorávamos. O jardim ficava bonito e perfumado.”*

*“Sempre já nasci gostando e cresci numa casa que o jardim aquecia a alma.”*

*“Surgiu da necessidade de dar continuidade aos cuidados que minha mãe tinha com suas plantas e que por motivos de saúde, ficou impossibilitada de o fazer. Daí nasceu minha paixão por suas plantas.”*

*“Desde criança meus avós me ensinaram a importância das plantas, desde árvores frutíferas no quintal, um jasmim no terraço, quanto ao cultivo de legumes e hortaliças. Esse amor foi preservado pelos meus pais, que mesmo em apto, tinham plantas na varanda e algumas hortaliças na área de serviço. Hoje eu ainda faço isso no meu apto.”*

Fonte: Dados da pesquisa.

A pesquisa acabou revelando que muitas pessoas se interessam por plantas, depois que ganham uma planta/muda de presente de amigos e familiares, relatado nas respostas **“À partir de uma Orquídea que ganhei. Há uns 5 anos.”**, **“Influência das pessoas próximas. 8 meses.”** Salienta-se que, às vezes, as pessoas possuem vontade de ter plantas. No entanto, temem não saberem cuidar e morrerem. Isso muda quando recebe de presente e começam a ter sucesso. Sentem-se assim estimuladas a cultivarem cada vez mais. Além de carga de herança percebidos nas respostas, observou também o consumo do cultivo de plantas iniciado e intensificado durante a pandemia (Covid-19), conforme as frases no quadro 02

#### **Quadro 02 – Reflexo da pandemia**

<b>Reflexo da pandemia</b>
<i>“O interesse surgiu no segundo semestre de 2019, por ocasião da pandemia que, dentre tantas reflexões, nos fez olhar para o nosso lar não mais como um local de passagem ou dormitório, mas um lugar de convívio e identidade.”</i>
<i>“Há poucos meses, por ter mais tempo em casa acabei me interessando mais por plantas”</i>
<i>“Nessa pandemia, há mais de um anos, moro em apartamento...”</i>
<i>“Sempre tive, mas eram poucas. Com a pandemia o interesse aumentou muito”.</i>
<i>“Sempre tive interesse em plantas pela influência da minha avó que tinha um jardim. Porém em 2020 durante a pandemia foi quando realmente eu comecei a cultivar e apreciar com mais detalhes as plantas.”</i>
<i>“Surgiu a partir de grupo de amigas nessa pandemia, há mais ou menos uns 8 meses.”</i>
<i>“Surgiu faz cerca de 3 anos e se intensificou no último ano de pandemia.”</i>

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme podemos perceber no quadro 02 alguns relatos enfatizaram o interesse por plantas como reflexo da pandemia (Covid-19). Em decorrência do isolamento social, novos hábitos e rotinas foram criados, mudados, refeitos, na vida das pessoas e das famílias, o que convergiu para alterações de rotina até a problemas com a saúde mental. De acordo com a ONU (2020), doenças como depressão, ansiedade, tristeza profunda, depressão afetaram pessoas nesse período. Alguns estudos destacam sobre os efeitos positivos quando as pessoas possuem contato com o verde, com a natureza, como diminuição do estresse, ansiedade, assim

como aumento da felicidade, melhoria da saúde mental, melhoria em doenças cirúrgicas, entre outros benefícios (KENIGER et al., 2013; BUCKLEY, 2020; FAGERHOLM et al., 2020). O contato com a natureza de acordo com (MARTIN et al., 2020), está associado ao bem-estar.

Ainda nesse aspecto, algumas pessoas enfatizaram a sensação de bem-estar no ato de acompanhar o desenvolvimento de uma planta desde a muda pequena até a planta adulta e acompanham o sucesso no desenvolvimento de uma planta como uma retribuição pelo carinho e tempo dedicado. Observou-se que, algumas pessoas que participaram da pesquisa enfatizaram uma relação de promoção da saúde, através de um estado mental de tranquilidade e redução de estresse. Ou até mesmo pela possibilidade de ter uma farmácia natural em casa. Percebe-se também, um comportamento dos respondentes pelo comportamento pró-ambiental, conforme Steg e Vlek, (2009) é um comportamento que possui a finalidade de impactar e prejudicar o meio ambiente o mínimo possível, bem como proporcionais benefícios para o mesmo. Na maioria das vezes, esses comportamentos, são baseados em ideologias de defender o meio ambiente (STERN, 2000). O contato com a natureza promove benefícios, biológicos, socioculturais e psicológicos (FEITOSA, 2014), nesse trabalho é claro os benefícios percebidos pelos respondentes, em destaque para os benefícios psicológicos.

Já em relação ao cultivo de plantas na pandemia, para muitos participantes houve a concretização de uma vontade antiga. Conforme explicado por alguns, antes existia muita vontade, mas faltava tempo e havia muito receio de não conseguir ter sucesso com as plantas. Para outros respondentes, a pandemia trouxe a descoberta de um passatempo nunca antes pensado. E já consideram difícil a possibilidade de se ver sem mais cultivar plantas. Por outro lado, as entrevistas revelaram que a maioria dos respondentes que já possuíam plantas antes da pandemia, aumentaram o número de plantas em casa e passaram a intensificar o contato com as plantas após o início da pandemia. Esse fato pode ser entendido como um refúgio, como algo que já era prazeroso e conhecido por lhe proporcionar bem-estar e abstrair dos problemas cotidianos. Segue alguns trechos de relatos sobre a percepção dos participantes quanto ao cultivo de plantas na pandemia:

### Quadro 03 - Trechos resgatados da entrevista

Interação pessoas-plantas na pandemia
<i>“Por estar trabalhando em home office, e, de alguma forma, me sentir muito sozinho, penso que as plantas me passam uma sensação de companhia. É muito bom ver uma muda se transformar em uma bela flor. Acompanhar todas as etapas dos crescimentos das plantas é algo mágico e filosófico.”</i>
<i>“Tenho trabalhado muito no meu jardim e também tenho adquirido novas espécies. Eu, também, comecei a ter mais contato com as plantas depois da pandemia. Eu comecei a ter mais contato com elas e assim sentir como elas se comunicam com nós seres humanos.”</i>
<i>“Durante a pandemia, comprei várias plantas e intensifiquei a pesquisa por informações a respeito dos cuidados básicos...”</i>
<i>“Iniciaram na pandemia, não tinha plantas em casa...”</i>
<i>“Principalmente, no início da pandemia elas tiveram uma grande importância para o equilíbrio emocional de toda família.”</i>
<i>“Afetiva. Passo tanto tempo trancado que cuido delas como se fosse filhas. Viraram verdadeiras companheiras.”</i>
<i>“Muito importante, principalmente que tivemos perda na família por conta da pandemia. Então tem sido um alento ter minhas plantas comigo. Acabei aumentando minha coleção e me dedicando ainda mais.”</i>

*“Foi o impulso para trazer vida e ocupação na clausura.”*

*“Foi exatamente esse período que me motivou a comprar plantas e conseguir mudinhas.”*

*“Elas trouxeram mais paz, alegria e esperança para dentro de casa. Trouxeram mais significado para a vida.”*

*“Só aumentando a quantidade de plantas na pandemia. Muitas fotos, tempo produtivo.”*

*“Muito intensa, me distraem em meio a tanta tristeza na pandemia”*

*“Tenho depressão e elas trazem alegria para dentro de casa, um ótimo passatempo”*

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Assim, dividir espaços com plantas, as pessoas podem desfrutar de benefícios como ar puro disponibilizado, que proporciona relaxamento e prazer (CANTOR et al., 2013). Essa forma de dividir espaços com o verde, tem recebido uma maior atenção de áreas como saúde e design (YIN et al., 2018). Assim, pessoas que visualizam verde em casa, mostram mais atividades do cérebro associadas a sensação de conforto, relaxamento e melhoria de humor (ELSADEK et al., 2019). Dessa forma, podemos entender que na maior parte das vezes as pessoas que já cultivam plantas naturais em casa acreditam nos benefícios à saúde e o prazer proporcionado no próprio ato de cuidar e cultivar.

No tocante ao Bem-Estar Subjetivo (BES), a pesquisa corrobora para o entendimento do BES como algo complexo e multifacetado. O bem-estar vai muito além da concretização de aquisições materiais. O sentimento de bem-estar está ligado ao desenvolvimento de relações sociais e familiares, satisfação no trabalho, saúde, disposição física, autonomia, entre outros aspectos (WOYCIEKOSKI et al., 2012). Nesse sentido, diferente de outros tipos de consumo, o cultivo de plantas não é uma relação estritamente material. Apoiado no relato dos respondentes, o ato de cuidar de plantas em casa é um ato imbuído de aspectos emocionais, tangenciado pela interação com outras formas de vida: **“Tenho muitas plantas e todas tem uma história especial, ou ganhei de alguém ou peguei uma muda de algum passeio ou lugar que passei”, “Adoro ver as minhas plantas e a dos vizinhos e amigos crescendo lindamente, me dá prazer, fico bem”, “Tenho muitos amigos e amigos que nasceram do ato de cuidar de plantas, nosso grupo do WhatsApp é tudo de bom”.**

Os respondentes evidenciaram que a interação com plantas é muito mais que uma relação material ou posse. O prazer maior está no deslumbramento e na possibilidade de estar próximo das plantas. Acrescidos a esse sentimento, o bem-estar resultante ainda pode ser maior quando associado ao ato de cuidar e ter sucesso com o crescimento de outro ser vivo. Somados a isso, pessoas que possuem plantas podem sentir-se mais felizes também pela interação social com outras pessoas decorrentes do interesse por plantas.

Para Albuquerque e Tróccoli (2004), o bem-estar subjetivo possui duas dimensões, cognitiva e afetiva. A dimensão cognitiva trata-se da satisfação com a vida, indicadores e metas que cada indivíduo traça como parâmetro de vida feliz. Já a dimensão afetiva está relacionada a hábitos e comportamentos que nos trazem emoções positivas, sentimentos e recordações. Sendo assim, balizados nos relatos aqui trazidos, pode-se entender o cultivo de plantas, em essência, como desencadeadores de bem-estar subjetivo na dimensão afetiva. Alguns respondentes ainda relataram maior sentimento de bem-estar no home office quando intercalado com a possibilidade de mais tempo dedicado as plantas.

Os benefícios da interação pessoas-plantas em casa pode ser entendido como algo intrínseco a cada indivíduo. Cada pessoa, pode-se apresentar-se mais ou menos sensível ao tema e possuir motivações diversas para gostarem de plantas em casa. Bem-estar subjetivo pode ser manifestado de diversas maneiras e pode possuir diversos desencadeadores. Alguns hábitos e paixões, como o aqui estudado, tem sido explicados sob a ótica do BES.

Sendo assim, diante dos benefícios relatados nas entrevistas e na literatura sobre a interação pessoas-plantas, acreditamos que o aumento pelo interesse nos últimos anos pelo cultivo de plantas em casa nas grandes cidades tem caracterizado o *Urban Jungle* como uma das principais tendências de comportamento e consumo que veio para ficar e a pandemia tem representado para muitas pessoas o pontapé inicial que faltava para desenvolver uma relação mais profunda com as plantas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como motivação inicial buscar percepções comportamentais de cuidadores de plantas na pandemia. Embora, haja diversos estudos voltados para benefícios das plantas para saúde das pessoas e aspectos ambientais envolvidos. O estudo trouxe como diferencial a investigação de emoções e subjetividades associadas ao cultivo de plantas em casa. Através do estudo, percebemos que as pessoas podem cultivar plantas em casa por diversos motivos, desde fins mais utilitaristas como ervas medicinais e espécies alimentícias, como também por fins estéticos e decorativos. Ou, até mesmo como uma forma de memória afetiva, nostalgia ao dar continuidade ao cultivo de plantas herdado do costume familiar.

Através da análise dos dados, alguns aspectos mais subjetivos ficaram em foco. Tais como o fato de que ter plantas em casa e o ato de cuidar delas é algo carregado de significado, muito mais que mera contemplação da natureza da praça, parque ou outro espaço público. Para muitos de seus praticantes, esse sentimento de paternidade/maternidade perpassa pelo desenvolvimento de diversas potencialidades humanas como senso de responsabilidade, disciplina, carinho, desafio e cuidado. Além disso, sob os aspectos sociais, o interesse por plantas pode também intensificar o sentimento de identidade de um grupo social, intensificar e gerar amizades. Sob o ponto de vista do consumo, o interesse por plantas pode equivaler a outras classes de objetos de consumo: priorização da aquisição de plantas e afins em detrimento de outros consumos previamente existentes e estímulo a colecionar, trocar e interagir com outras pessoas.

Vale ressaltar ainda que alguns participantes associaram o ato de cuidar de plantas a um melhor entendimento do ciclo da vida ou ainda como momentos de felicidade e bem-estar por poder acompanhar o desenvolvimento e crescimento de uma planta. Muitas vezes, o cultivo de plantas atua como uma terapia para combater o estresse, depressão, ansiedade, etc.

Diante de situações como a pandemia de covid-19 muitas pessoas encontraram no ato de cultivar plantas em casa um refúgio para diminuir a tristeza provocada por perdas e notícias ruins. Para outras, transformou-se em um passatempo, uma forma de se distrair durante o período de isolamento social. Em muitos casos, houve a descoberta de um hobby ou concretização de uma vontade antiga. No entanto, em todos os casos foram identificados um contato anterior com plantas ou um desejo previamente existente à pandemia. O estudo não identificou casos de pessoas que não gostavam de plantas e passaram a gostar após pandemia.

Por fim, aceitamos parcialmente como verdadeira a hipótese levantada inicialmente no estudo. Pois, algumas pessoas relataram não terem havido mudanças significativa na sua relação com plantas em decorrência da pandemia ou não terem percebido mudança do estado emocional pelo fato de possuir plantas em casa.

Concluimos que a pandemia pode estar atuando muito mais como incentivador criando um cenário mais favorável para pessoas se dedicarem mais a suas plantas ou para os iniciantes uma oportunidade de se arrisarem no mundo das plantas. Contudo, o crescente interesse por plantas, principalmente entre o público jovem, residentes em apartamentos,

podem ser compreendidos como resultado de movimentos já consolidados que ressignificam o sentido de bem-estar na moradia, como *urban jungle* e biofilia.

### **Limitações e estudos futuros**

Entre as possíveis limitações encontradas na realização deste estudo, devemos enfatizar alguns pontos. A maior parte dos participantes da entrevista são residentes da cidade de João Pessoa, capital da Paraíba ou de cidades próximas. Dessa forma, aos achados aqui discutidos podem não ser representativos para diferentes cidades do país. Outro aspecto que merece ressalva é sobre o grau de envolvimento dos respondentes com o assunto plantas. Pois, o estudo não contemplou critérios como quantidade de plantas em casa ou responsabilidade direta ou nível de familiaridade com o tema. Dessa forma, alguns respondentes com poucas plantas e uma experiência incipiente podem não ter sido corretamente identificados.

Como sugestão para próximos estudos, recomenda-se novas pesquisas com recorte mais acentuado. Como, por exemplo, pessoas que morem em apartamentos em grandes centros urbanos do Brasil e que possuam quantidade de plantas o suficiente para os caracterizarem como praticantes de “urban jungle”. Ou ainda, analisar aspectos comportamentais entre amantes de plantas sob o ponto de vista de tribo social. Estudos futuros poderão ter outros focos como explorar aspectos ambientais entre praticantes do urban jungle, entre outras possíveis relações. Além disso, acreditamos que estudos futuros poderão ser enriquecidos com outros métodos de coleta de dados, tais como grupo focal, entrevistas pessoais, histórias de vida, entre outros. Tendo em vista que questionários eletrônicos podem gerar, muitas vezes, uma participação mais superficial dos respondentes.

### **REFERÊNCIAS**

ALBUQUERQUE, A., & TRÓCCOLI, B. T. **Desenvolvimento de uma escala de bem-estar subjetivo**. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 20(2),153-164. 2004.

BEZERRA, A. *ET. AL.* **Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19**. 2020. Disponível em<<http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/fatores-associados-ao-comportamento-da-populacao-durante-o-isolamento-social-na-pandemia-de-covid19/17551>>. Acesso em 11 de jun. 2021.

BELK, R. W. **Possessions and extended self**. *Journal of Consumer Research*, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988. <https://dx.doi.org/10.1086/209154>.

BRINDLEY, P.; JORGENSEN, A.; MAHESWARAN, R. **Domestic gardens and self-reported health: a national population study**. *Int J Health Geogr* 17, 31 (2018). <https://doi.org/10.1186/s12942-018-0148-6>.

BRINGSLIMARK, T.; HARTIG, T.; PATIL, G. G. (2009). The psychological benefits of indoor plants: A critical review of the experimental literature. *Journal of Environmental Psychology* 29 (4), 422-433. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.05.001>.

BRICKMAN, P.; CAMPBELL, D. T. **Hedonic relativism and planning the good society**. Nova York: Academic Press, 1971.

BUCKLEY, R. Nature tourism and mental health: parks, happiness, and causation. **Journal of Sustainable Tourism**, v.28, n.9, p.1409-1424, 2020.

CANTOR, B.E.M.; SINGUREANU, V.; HUSTI, A.; HORT, D.; BUTA, M. Ornamental plants used for improvement of living, working and studying spaces microclimate. **ProEnvironment**, v.6, p.562-565, 2013.

CASTELLÓ, E.; MIHELJ, S. **Selling and consuming the nation**: Understanding consumer nationalism. *Journal of Consumer Culture*. 18(4), 558-576, 2018. <https://doi.org/10.1177/1469540517690570>.

DENG, L., DENG, Q. **The basic roles of indoor plants in human health and comfort**. *Environ Sci Pollut Res* 25, 36087–36101 (2018). <https://doi.org/10.1007/s11356-018-3554-1>.

DIENER, E. **Subjective well-being**. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575, 1984. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>.

\_\_\_\_\_. **Subjective well-being**: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43, 2000. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>.

DIENER, E.; OISHI, S.; TAY, L. **Advances in subjective well-being research**. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253–260, 2018.

ELSADEK, M.; LIU, B.; LIAN, Z. Green façades: their contribution to stress recovery and well-being in highdensity cities. **Urban Forestry and Urban Greening**, Article 126446, v.46, 2019.

ENGLISH, T.; CARSTENSEN L. **Socioemotional selectivity theory**. In: A Pachana *Encyclopedia of Geropsychology*. Singapore: Springer Singapore. 2015.

FAGERHOLM, N.; MARTÍN LÓPEZ, B.; TORRALBA, M.; OTEROS ROZAS, E.; LECHNER, A.M.; BIELING, C.; STAHL OLAFSSON, A.; ALBERT, C.; RAYMOND, C.M.; GARCIA MARTIN, M.; GULSRUD, N.; PLIENINGER, T. Perceived contributions of multifunctional landscapes to human well being: Evidence from 13 European sites. **People and Nature**, v.2, n,1, p. 217-234, 2020.

FEITOSA, V. A. A horticultura como instrumento de terapia e inclusão psicossocial. **Revista Verde Pombal**, v. 9, n. 5, p. 7-11, 2014. FUNDAÇÃO OSVALDO CRUZ. **Coronavírus**

FRUMKIN H. *ET AL*. **Nature Contact and Human Health**: A Research Agenda. *Environ Health Perspect*. 2017 Jul 31;125(7):075001. doi: 10.1289/EHP1663. PMID: 28796634; PMCID: PMC5744722.

GABRIEL, Y; LANG, T. **New faces and new masks of today's consumer**. *Journal of Consumer Culture*. v. 8, n. 3, p. 321-340, 2008. <https://doi.org/10.1177/1469540508095266>.

GUIMARÃES, E. M.; GANSKE, M. C. **Morar em 2025**: um estudo sobre a verticalização das cidades, o potencial do lixo orgânico e o reuso de recursos naturais em ambientes residenciais compartilhados. 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, outubro de 2016, num. 2, vol. 9. Disponível em <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0262.pdf>. Acesso em 11 de jun. 2021.

- HOLBROOK, M. B. Nostalgia and consumption preferences: some emerging patterns of consumer tastes. **Journal of Consumer Research**, v. 20, n.2, p. 245-256, 1993.
- HOLBROOK, M. B; SCHINDLER, R. M. Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 3, n. 2, p. 107-127, 2003.
- HOMAN, K. J. **Self-compassion and psychological well-being in older adults**. **Journal of Adult Development**, 23, 111-119, 2016. <https://doi.org/10.1007/s10804-016-9227-8>.
- HUTZ, C. S.; ZANON, C.; BARDAGI, M. P. **Satisfação de Vida**. In: HUTZ, C. S. (Org.). *Avaliação em Psicologia Positiva*. Porto Alegre: Artmed, 2014, cap. 3, p. 43-47.
- JYRINKI, H. Pet-related consumption as a consumer identity constructor. **International Journal of Consumer Studies**, v. 36, n. 1, p. 114-120, 2012
- JOSIFOVIC, I.; GRAAFF, J. **Urban Jungle Bloggers**. Disponível em:<<https://www.urbanjunglebloggers.com/about/>>. Acesso em 11 de jun. 2021.
- KENIGER, L.; GASTON, K.; IRVINE, K.; FULLER, R. What are the Benefits of Interacting with Nature? **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v.10, n.3, p.913-935, 2013. LEVY, S. **Symbols for sale**. *Harvard Business Review*, v. 37, n. 4, p. 117-124, 1959.
- MENDONÇA, H.; FERREIRA, M. C.; CAETANO, A.; TORRES, C. V. **Cultura organizacional, coping e bem-estar subjetivo: um estudo com professores de universidades brasileiras**. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, v.14, n.2, p. 230-244, 2014.
- MOGILNER, C. **It's time for happiness**. *Current Opinion in Psychology*, 26, 80–84, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2018.07.002>.
- OPAS. Organização Pan-Americana da Saúde. **Medidas não farmacológicas de saúde pública para mitigação de risco e impacto de epidemias e pandemias de influenza**. 2020b. 86p. Versão oficial em Português da obra original em Inglês. Disponível em:<[https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52044/9789275722220\\_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52044/9789275722220_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em 11 de jun. 2021.
- PIACENTINI, M; MAILER, G. Symbolic consumption in teenagers' clothing choices. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 3, n. 3, p. 251-262, 2004
- PORTO, A.B. *ET AL.* **Que planta te importa?** Um relato de caso sobre o significado das plantas para as pessoas. *Ethnoscintia*, v.6, n.1, 2021. D.O.I.: 10.18542/ethnoscintia.v6i1.10467.
- REIS, S. N.; REIS, M. V.; NASCIMENTO, A. M. P. **Pandemic, social isolation and the importance of people-plant interaction**. Review Article. *Ornam. Hortic.* 26 (3) • Jul-Sep 2020. <https://doi.org/10.1590/2447-536X.v26i3.2185>.
- RYAN, J. C. Botanical memory: Exploring emotional recollections of native flora in the Southwest of Western Australia. **Emotion, Space and Society**, v. 8, p. 27-38, 2012.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. (Ebook). Tradução: MORAES, D. V. 5. Ed. Dados Eletrônicos - Porto Alegre: Penso, 2013.

SHETH, J. **Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?**. *Journal of Business Research*, v. 117, p. 280-283, 2020. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.059.

SIQUEIRA, M. M. M.; PADOVAM, V. A. R. **Bases teóricas de bem-estar subjetivo, bem-estar psicológico e bem-estar no trabalho**. *Psicologia: teoria e pesquisa*, v. 24, n. 2, p. 201-209, 2008. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722008000200010>.

THULER, L.C. S.; MELO, A. C. **Sars-CoV-2/Covid-19 em Pacientes com Câncer**. *Revista Brasileira de Cancerologia*. v. 66, n. 2, p. e-00970, 9 abr. 2020. Disponível em: <https://rbc.inca.gov.br/revista/index.php/revista/article/view/970>. Acesso em 11 de jun. 2021.

TOTH, G.; SZIGETI, C. **The historical ecological footprint: from over-population to overconsumption**. *Ecological Indicators*, 60, 283–291, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.06.040>

YIN, J.; ZHU, S.; MACNAUGHTON, P.; ALLEN, J.G.; SPENGLER, J.D. Physiological and cognitive performance of exposure to biophilic indoor environment. **Building and Environment**, v.132, n.3, p.255-262, 2018.

YU, J. *ET AL*. **Recent understandings toward Coronavirus disease 2019 (COVID-19): from bench to bedside**. *Frontiers in Cell Development Biology*, v.8, n.476, 2020. <https://doi.org/10.3389/fcell.2020.00476>.

WILSON, E. (1989). **Biofilia**. México: Fondo de Cultura Económica.

WOYCIEKOSKI, C., STENERT, F., & HUTZ, C. **Determinantes do bem-estar subjetivo**. *Psico*, 43(3), 280-288. 2012.

ZANON, C.; HUTZ, C. S. **Escala de afetos positivos e afetos negativos (PANAS)**. In: HUTZ, C. S. (Org.). *Avaliação em Psicologia Positiva*. Porto Alegre: Artmed, 2014, cap. 5, p.63-67.

ZALEWSKA, J. **Consumer revolution in people's Poland: Technologies in everyday life and the negotiation between custom and fashion (1945–1980)**. *Journal of Consumer Culture*, v. 17, n. 2, p. 321-339, 2015.