

TRANSFORMAÇÕES DOS HÁBITOS ALIMENTARES DURANTE A QUARENTENA DEVIDO A PANDEMIA DE COVID-19

Letícia Alves de Melo Beserra

Orientadora: Camila de Meirelles Landi

PIVIC Mackenzie

RESUMO

O isolamento social causado pela pandemia devido a doença COVID-19 denota um modo de viver muito diferente do normal. Dada a abordagem sobre o estudo da alimentação, a problematização da pesquisa foca nos impactos do isolamento social que se relacionam com os hábitos alimentares, buscando descrevê-los brevemente e investigar sobre suas causas. Assim, pode-se dizer que o início da reunião de informações dos eventos acerca de comportamentos durante o período de isolamento social será importante para a compreensão de eventos futuros relacionados à alimentação, à gastronomia e ao mercado de alimentos. Para ser possível compreender todos os apontamentos feitos desta fase incômoda, foi utilizada a metodologia qualitativa bibliográfica e documental, além de uma pesquisa de campo (de natureza qualitativa) em forma de questionário com empreendedores atuantes do mercado de alimentos. Os resultados obtidos da pesquisa se pautam no destaque que o serviço de entregas e os aplicativos de delivery tiveram neste intervalo de tempo e, também sua importância para os estabelecimentos que oferecem comida como produto. A reação do público diante das reaberturas dos salões também foi de relevância, já que impactou diretamente sobre a lucratividade do setor de alimentos.

Palavras-chave: Alimentação. Isolamento social. Hábitos alimentares.

ABSTRACT

The lockdown caused by the COVID-19 disease pandemic dictates a very different way of life. Given the approach of the alimentation studies, the problematization of the research focuses on impacts of social isolation that relate with the eating habits, seeking out to describe them briefly and investigate its causes. It can be said that the beginning of the information gathering about behaviors during the period of lockdown will be important for understanding future events related to food, gastronomy and the food market. To be able to understand all the points done in this troubled phase, a bibliographic qualitative methodology was used, besides a field research in the form of a questionnaire with entrepreneurs of the food market. The obtained results from the research stand out the highlight the delivery service and the delivery apps had in this range of time, and also its importance for the establishments that offer food as a product. The public reaction to the reopening of the restaurant halls was also of relevance, as it directly impacted the profitability of the food sector.

Keywords: Food. Social isolation. Eating habits. Lockdown.

INTRODUÇÃO

No ano de 2019, o mundo se deparou com uma forte crise sanitária motivada pela rápida propagação de um novo vírus, chamado SARS-coV-2. Na ocasião, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou publicamente que o Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus, tratava-se de uma pandemia. Para melhor entendimento, pandemia é “a disseminação mundial de uma nova doença”, tendo seu termo utilizado quando uma epidemia que começa localmente se espalha por diferentes continentes com transmissão de pessoa para pessoa (OMS, 2019).

Diante do entendimento que os impactos já conhecidos causados na população referentes a diversos âmbitos em pandemias e epidemias, é notório então a adoção de mudanças necessárias no contexto social e econômico, visando a preservação da vida e o combate à doença e suas consequências.

A pandemia mundial da COVID-19, com início no Brasil nos primeiros meses de 2020 (mais precisamente no mês de março), resultou em grandes transformações nas relações sociais, causadas principalmente pelo distanciamento social. O qual foi utilizado como principal medida para amenizar a propagação e o consequente contágio da doença.

Assim, o cotidiano da população teve impacto direto em seus hábitos diários pela implantação do isolamento e suas eventuais necessidades de quarentena.

Um dos impactos causados foi no hábito diário – e necessário – da alimentação. Nesse quesito, mudanças importantes aconteceram e serão discutidas neste trabalho, em especial no que diz respeito às mudanças de hábitos da alimentação fora do lar, visto que parte da população se alimentava fora de casa no período de trabalho e/ou por lazer, tendo que se adaptar a novas modalidades de serviço (por meio da compra de comidas prontas e alimentos via internet ou aplicativos de entrega por *delivery*¹ ou *takeaway*²) ou enfrentando seus fogões ao cozinhar em casa. Ainda dentro disso, temos um número significativo de pessoas e famílias sofrendo com a crise alimentar instaurada pelos impactos econômicos da pandemia e desigualdade social, o que leva o interesse de - por meio dessa pesquisa - observar, encontrar e relatar comportamentos que foram incorporados e adaptados às nossas vidas cotidianas durante o período de isolamento social com foco na alimentação, gastronomia e mercado de alimentos.

Diante disto, este artigo tem como objetivo identificar prováveis impactos na alimentação e na gastronomia no período de isolamento social motivado pela propagação desenfreada da doença Covid-19, causada pelo vírus SARS-coV-2, com a metodologia

¹ Segundo o dicionário Michaelis (2022), um dos significados da palavra em inglês é simplesmente “entrega”. No Brasil tal palavra é usada para denominar serviços de entrega de alimentos;

² Ainda segundo Michaelis (2022), tal expressão significa “comida para ser levada para casa”.

qualitativa bibliográfica e documental e seu decorrente embasamento teórico nas identidades histórico-culturais nas referências bibliográficas e nos documentos pertinentes (artigos de jornais, revistas e anais de eventos, além de *sítes* que tenham confiabilidade) que resgatem as mudanças no âmbito social ligados à alimentação em períodos de pandemia, buscou-se o entendimento de tais impactos na atualidade em decorrência da pandemia de COVID-19. Ainda, utilizou-se também de uma segunda metodologia, uma pesquisa de campo (de natureza qualitativa) em forma de questionário. Com a presente pesquisa, busca-se registrar as transformações ocorridas nos hábitos alimentares nesse período, podendo vir a ser um material de registro do atual momento (um marco histórico triste) e, sendo fonte para próximos estudos referentes ao tema.

Para demarcar as consequências desse quadro em trabalhos futuros, será necessário contextualizar brevemente os comportamentos alimentares adquiridos durante a mesma e analisar as mudanças que vem acontecendo do ponto de vista de demanda, oferta e procura no mercado alimentar. A importância se dá na compreensão da população, que está em constante formação e adaptação, além de identificar seus novos hábitos de vida, tanto na escolha alimentar, como na sua mais íntima relação com o ato de cozinhar.

A pesquisa de campo, a qual foi realizada por meio de um aplicativo de mensagens *WhatsApp*, foi feita com dois empreendedores donos de restaurantes com modelos distintos de vendas que atuaram durante este período, tratada como metodologia empregada para aprofundamento acerca dos hábitos alimentares durante o período de pandemia envolvendo todos os fatores já citados anteriormente.

Além disso, fatores que contribuem para um novo significado que vem sendo construído diante da comida e a investigação sobre os parâmetros responsáveis acerca do contato com a cozinha doméstica no período mencionado serão pontuados durante a construção do trabalho.

Portanto, a reunião de informações acerca de comportamentos adquiridos e moldados durante o período de isolamento social pode ser importante para a compreensão de eventos futuros relacionados à alimentação, à gastronomia e ao mercado de alimentos.

DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

Em março de 2020, a doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. Uma das respostas do governo foi a implantação do isolamento social, o que impactou diretamente o cotidiano da população. Apesar de ser um evento com consequências ainda incertas, é possível dar início aos prováveis impactos na alimentação e na gastronomia passando lentamente na história enquanto pesquisadores e testemunhas oculares.

Historicamente, quando epidemias e pandemias ocorrem são necessárias mudanças no contexto social e econômico para a preservação e manutenção da vida. Sendo estes impactos temporários ou duradouros. Dentre as mudanças observadas têm-se o ensino, o lazer, o comércio e as necessidades básicas de sobrevivência da população no geral. Para isso, o uso da tecnologia para essas funções passou a ser uma necessidade básica para sua execução e manutenção, tornando-se necessárias e gerando, também, a necessidade de uma adaptação da população diante delas (UNIVERSIDADE PASSO FUNDO, 2020).

Tal fato implica com características de compra, consumo e rotina da maioria da população, além de atingir diretamente os seus hábitos de higiene:

Pode-se mesmo afirmar que a pandemia impôs um corte nas relações de consumo alimentar humano, questionando, inclusive, as compreensões mais arraigadas desse consumo estabelecidas até então. (ARAÚJO, 2020, p.118).

Da mesma forma como ocorreu em momentos anteriores, é possível exemplificar e contextualizar com mudanças decorrentes de pandemias e epidemias, sejam eles sociais ou econômicos. Durante a pandemia de gripe espanhola, assim como atualmente, o descaso com as informações e a pseudocientificidade estavam presentes enquanto havia a disseminação na Europa (GOULART, 2005).

Além disso, são notados comportamentos posteriores aos eventos, como o ápice do Carnaval em 1919 no Rio de Janeiro, decorrente do final da pandemia de gripe espanhola: “[...] mais do que se situar num ponto de transição, a epidemia parece ter catalisado o processo de desenvolvimento do fenômeno turístico. É o caso da destradicionalização do carnaval carioca verificado naquele ano de 1919.” (NASCIMENTO, 2020).

A relação de fatores, como os mencionados anteriormente, permite a construção do pensamento ao longo da discussão e devem ser considerados para ela, pois como observadores, há grande possibilidade de presenciar atos como esses. Também, para construir esse pensamento, decidiu-se, portanto, realizar uma pesquisa qualitativa para levantar informações mais precisas de como os donos de estabelecimentos alimentícios

responderam a esse período, tendo o *delivery* como eixo central do assunto pautado. A pesquisa foi feita por meio do aplicativo de mensagens *Whatsapp*, com perguntas formuladas livremente e discutidas ao longo deste artigo.

Do mesmo modo que atualmente vivemos, as exigências de quarentenas e isolamentos durante a gripe espanhola foram encaradas como uma questão de liberdade civil, e tidas como antinaturais numa sociedade moderna, urbanizada e industrializada (GOULART, 2005). Com isso em mente, é possível notar que a adoção de medidas de contenção trouxe à tona novos modos de encarar o cotidiano, os quais foram influenciados por questões econômicas e sociais tomando proporções e significados distintos.

Na discussão do momento atual, por meio do DECRETO Nº 64.881, DE 22 DE MARÇO DE 2020, João Dória - governador de São Paulo neste período - decretou quarentena no estado, já que o Ministro da Saúde declarou estado de Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo Novo Coronavírus. E ainda por meio deste, deu providências complementares.

Com o isolamento social instaurado, uma das medidas tomadas para a contenção da doença foi a restrição de atividades relacionadas aos atendimentos presenciais, como o fechamento de salões dos restaurantes e determinação de horários exclusivos de ida a supermercados.

O serviço de *delivery* então, além de uma alternativa de sobrevivência dos estabelecimentos, se tornou uma das maneiras que mais se aproxima da experiência pelo "comer fora de casa", o que tornou possível adquirir refeições e outros tipos de experiência gastronômicas, próximas às vivenciadas nos restaurantes e outros estabelecimentos alimentícios, onde as visitas que antes eram rotineiras passaram a acontecer nesse modelo por terem sido suspensas as atividades presenciais dos comensais.

Assim, essa modalidade de serviço passou a ser uma nova ferramenta ou, mesmo que já utilizada, uma ferramenta que precisou ser renovada ou reinventada. Tornando-se a mais importante possibilidade de veiculação e oferta dos produtos daqueles estabelecimentos, os quais propuseram novos serviços de entrega. Alguns estabelecimentos, no primeiro momento, decidiram fechar suas portas por motivos diversos, como: a dependência do serviço de salão; a falta de clientela e consequente falta de recursos.

Algumas diferenças podem ser notadas com esse tipo de oferta de alimentos, que vão desde o modo de relacionamento com o cliente até a reestruturação de cardápios. Os estabelecimentos alimentícios que tiveram condições de continuar funcionando durante este período, começaram a pensar em formas de reduzir e remodelar seus cardápios

criativamente a fim de manter e conquistar mais clientes, além de investirem em mídias sociais e no seu próprio serviço de entrega, se dirigindo diretamente ao público.

Para os clientes, algumas formas de comprar que foram aparecendo: venda de pratos para duas pessoas, o investimento em mudanças de cardápios, criação de cardápio do dia, combinações de diferentes produtos alimentícios (chamados popularmente de “combos”), entre outras.

Um importante exemplo a se citar trata-se do serviço de *self-service*, no qual o próprio cliente se serve da grande variedade de alimentos prontos dispostos em um carrinho com divisórias. Esse modelo teve de ser repensado de modo que não expusesse todos os clientes ao vírus. Assim, já no ano de 2022, é possível encontrar lugares em que o serviço de *self-service* não está mais disponível e apresentam um colaborador apenas para servir o cliente segundo seus pedidos e, também, há locais em que são disponibilizadas luvas e toucas para não haver contato com os utensílios utilizados por todos.

Além disso, o “comer fora de casa” também inclui a alimentação diária, a qual precisou ser repensada. Assim surgem novos modos de se relacionar com a comida: o *delivery* dando suporte para aqueles que ainda possuem renda suficiente para adquirir tais serviços e/ou não tem tempo ou habilidade de cozinha para sua produção, e a cozinha doméstica passa - aos que gostam do ofício - a produzir a comida diária e, também, sendo uma como fonte de distração e lazer.

Queiroz (2017, p.70) afirma que o ato de se alimentar fora de casa gera mudanças na estrutura econômica e social do país, as quais foram impactadas pelo aumento das restrições de tempo, o que aumentou a demanda por alimentos prontos para consumo.

Com a situação causada pela pandemia, a população se viu com tempo disponível para realizar a tarefa de preparar seu próprio alimento. Junto a isso, registrou-se o aumento repentino da procura *online* por receitas, assim como ocorreu o grande crescimento dos aplicativos de *delivery* para aqueles que comprem alimentos prontos. Alguns outros serviços também tiveram seu desenvolvimento, como aqueles que oferecem compras *online* de itens de mercearia e servem como alternativa para idas aos supermercados, as quais diminuiriam.

Antes mesmo da pandemia, já acontecia um movimento do mercado no crescente de *lives* de chefes de cozinha, cursos e *reality shows* de culinária, e, também, de curiosos pela cozinha em geral, todos motivos que aproximaram a cozinha do dia a dia das pessoas e que se tornaram ainda mais presentes no período de pandemia. A disponibilidade de tempo e a procura por conforto foram alguns dos fatores que levaram as pessoas a comprarem

ingredientes e cozinharemos em suas casas, sendo possível citar outros motivos, como a inviabilidade do comer fora de casa a que alguns eram acostumados.

Porém, são nesses momentos em que a busca pelo conforto se torna algo perceptível e observável, em especial na análise atual do ato de cozinhar e da proximidade com a cozinha, local onde muitas pessoas acabaram procurando entrar em contato durante este período. O indicativo do aumento das buscas por receitas aparece no alto registro pela procura por receitas de pães e bolos (*Google Trends*, 2020), principalmente no início da quarentena de março a junho de 2020.

Também é notável o crescimento do número de postagens no *Instagram* de imagens de pães e bolos feitos em casa. Logo depois, aparecem as *lives* de chefes renomados ensinando truques utilizados na cozinha, fato que também impulsiona a ida aos fogões e fornos. (TONON, 2020)

Após a leitura de Mussi (1992), uma revisão de literatura dedicada ao tema conforto, é possível constatar que seu conceito está relacionado com o estado ou sentimento em que uma pessoa se encontra, sendo que podem ocorrer de modos ou características diversamente positivas, ligadas ao bem-estar físico e emocional. Assim como também cita a necessidade de conforto quanto à forma de experiência social, ambiental e/ou física, fato que remonta a aproximação com a cozinha em tempos de pandemia. Visto que o ato de cozinhar e a busca por conforto é evidenciada em tempos de tribulação, é possível relacionar os dois fatores, já que o ato de cozinhar proporciona sensação de bem-estar e, também, contribui para a socialização dentro das casas.

Além disso, o pão como símbolo de partilha e sociabilidade se apresenta como uma receita muito procurada no início da pandemia. O bolo, representando o açúcar, também a sociabilidade, remete ao conforto, à memória afetiva e ao afeto propriamente dito. Freyre “fala que a velha expressão “fazer a boca doce a alguém” é associada ao significado sensual do doce como alimento ou regalo do paladar, pois significa “ameigar” ou acariciar esse alguém.” (FREYRE, 1987 *apud* TORRES, 2014, p.21).

No início da pandemia, principalmente nos primeiros meses, a pesquisa sobre receitas de bolos e pães dobraram e se mantiveram acima de 50%, sendo que a maior procura foi por pães. (GOOGLE TRENDS, 2020). Alguns antropólogos sugerem que o pão é a forma que traz à tona o potencial transformador do ser humano, enquanto também há a ligação afetiva e terapêutica. (MENGUE, 2020)

Outra medida de prevenção registrada, foi a suspensão das feiras livres, fazendo com que os frequentadores buscassem por alternativas para a compra de alimentos frescos, como frutas e vegetais, novos produtores locais (apenas aqueles que dependem de cadeias

curtas de consumo e que também ofereciam serviços de *delivery* ou *take and go*). Mercado esse que também teve seu crescimento observado, já que houve a reflexão sobre a origem do alimento ingerido naqueles que compram e/ou cozinham sua comida. Para esses, também há o pensar sobre como a comida pode afetar a imunidade, assunto que se tornou ainda mais popular.

Diante desse quadro, ocorreu a preocupação sobre o contágio da doença, a desconfiança acerca da contaminação através de alimentos e embalagens se tornou constante e fez com que hábitos de higiene fossem adquiridos e/ou reforçados. “Em várias partes do mundo, o trato com os alimentos, incluindo sua produção, transporte, comércio, preparação e consumo, viu-se de repente atingido por um medo e uma suspeição que impuseram novos comportamentos ligados à higienização e ao controle.” (ARAÚJO, 2020)

Também há a implantação do ritual ao receber ou adquirir qualquer tipo de produto, assim como o reforço em lavar as mãos e estar sempre higienizadas com álcool em gel, as compras sempre são banhadas com álcool etílico 70% ou lavadas com água e sabão. Recomendação feita pela Cartilha sobre Higienização e Sanitização de Alimentos do Produtor ao Consumidor (CRQ3, 2020), seguida por parte da população durante grande parte da pandemia. Porém, mais tarde, em abril de 2021, já se soube que a contaminação do vírus através de superfícies não é considerada a principal fonte de propagação, como informa a BBC (2021):

A chance de o contato de uma pessoa com uma superfície contaminada pelo coronavírus resultar em uma infecção é menor que 1 em 10 mil, segundo o Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC, na sigla em inglês), agência de saúde pública dos Estados Unidos.

O Governo do Estado de São Paulo desenvolveu uma estratégia para retomada consciente dos setores da economia a partir do primeiro dia de junho de 2021, categorizando em cinco níveis de abertura, cada qual com suas especificidades. A partir do dia 17 de agosto de 2021, houve a liberação de 100% de ocupação dos estabelecimentos, além do fim das restrições de horário para eles, porém ainda com os protocolos de higiene e o uso de máscaras. (PLANO SP, 2021). A aplicação de vacinas foi um fator importante para que ocorresse tais liberações, já que, nesse determinado momento, mais de 50% da população tomou pelo menos uma dose da vacina. (OUR WORLD IN DATA, 2021).

Com a reabertura dos estabelecimentos alimentícios, esperava-se um forte e rápido retorno ao modelo anterior de consumo, o que não ocorreu diante de questões como a insegurança em sair de casa e/ou questões econômicas relacionadas. (BARIFOUSE, 2021). O que ocorreu não foi o contrário disso, mas o retorno dos clientes aos salões foi lento e gradual, o qual teve impulso juntamente com a vacinação.

Após mais de um ano de pandemia, a OMS passou a usar o termo "fadiga pandêmica" para denominar o esgotamento físico e mental causado por esse período e estão relacionados com o retorno do consumo que existia anteriormente.

Com a retomada do funcionamento dos restaurantes dentro da normalidade de horários, mudanças importantes de comportamentos acontecem com os frequentadores, algo já esperado com base em estudos anteriores de crises sanitárias com impactos em políticas higienistas e comportamento humano.

Na cidade de São Paulo, mídias especializadas iniciam o tema "A retomada", como exemplo a *Veja São Paulo*, edição inédita dedicada ao tema escrita pelo crítico Arnaldo Lorençato (2021).

Dentro os principais tópicos, o crítico e profissionais da área observam que: alguns fatores ocorreram devido a pandemia como o fechamento temporários e efetivos de estabelecimentos. Porém já é possível observar novas mudanças acontecendo diante da última fase de abertura e flexibilização, como a abertura de alguns que foram planejados antes deste período e a demissão de profissionais. Nesta edição, a melhora do cenário para o setor está diretamente ligada com a ampliação do horário de funcionamento no jantar e o avanço da vacinação. (LORENÇATO, 2021)

Com a proposta, portanto, de identificar os impactos na alimentação e na gastronomia no período da pandemia, dentro de suas fases, tanto no comportamento dos consumidores em geral como no mercado, o qual é alimentado economicamente por tais atitudes, foi realizada uma pesquisa com dois empreendedores do setor para coletar dados para a proposta final: registrar as transformações ocorridas nos hábitos alimentares nesse período.

Os empreendedores entrevistados são profissionais da área com dois modelos distintos de estabelecimentos: um deles, restaurante especializado em comida árabe na cidade de São Paulo, o qual sempre operou por meio de serviços de entregas esporádicas, privilegiando o modelo de atendimento presencial. O segundo, estabelecimento de nicho específico, o qual sempre operou, exclusivamente, com serviços de entrega e *take away*. As entrevistas foram feitas com base no processo metodológico já explicado no início desse trabalho.

A primeira entrevista realizada foi com o empreendedor e chef de cozinha, Rodrigo Libbos Gomes do Amaral, responsável pelo Kebab Salonu. A segunda, foi feita com Daniel Marcus Martins, também empreendedor e *chef* de cozinha, responsável pelo Casa Parma.

Em cada entrevista, foram feitas perguntas específicas para o modelo de vendas que o estabelecimento apresenta, tendo o serviço de entrega e o comportamento do público durante a retomada como eixo central.

O modelo de vendas do restaurante “Casa Parma” - desde sua inauguração, em meados de 2018 - é baseado em *delivery* e *take away*, e não possui salão. Para tal modelo, as perguntas da entrevista foram voltadas para o serviço de *delivery*, seu crescimento, relações entre as fases de abertura e outros aspectos como mudanças feitas no serviço.

Como resultado das entrevistas, os empreendedores relataram a experiência deles enquanto profissionais do ramo dentre as mais variadas fases do período investigado, as quais serão discutidas abaixo.

Segundo Libbos, o movimento do público em caráter presencial já se aproxima do que ocorria antes da pandemia, e agora já é de 55% do total de vendas, sendo que o resto é de *delivery*; e, também, na fase de abertura ocorrida em abril de 2021, o atendimento presencial era de 10% do total de vendas. Além disso, o *delivery* ainda é uma boa parcela da fonte de venda, se situando entre 40% e 45% do total.

Sobre o comportamento do público presencial, Libbos diz que o salão interno agora é procurado, visto que anteriormente a procura era por mesas afastadas ou em área externa. Ainda comenta que os melhores dias de vendas presenciais são finais de semana, "como se fosse um turismo interno na cidade".

Um dos pontos indicados na entrevista com Daniel foi sobre o que aconteceu com a venda, a qual foi muito alta no início do período e logo depois seu decréscimo. Fato que, segundo Daniel, é explicado pela falta de preparo para serviços de entrega dos demais estabelecimentos concorrentes. Mas também, é parte de outros fatores como o fechamento de alguns estabelecimentos no primeiro momento e a insegurança de adquirir produtos alimentícios por parte da população já que não se sabia como o vírus se propaga.

Portanto, logo quando outros restaurantes se prepararam para atender o público por meio de entregas, aumentando a concorrência, houve a diminuição do volume de vendas do Casa Parma, segundo o que pontua o empreendedor. Nesse momento, Daniel lembra que seu estabelecimento foi aberto há poucos anos, cerca de um ano e meio antes da pandemia, e que seu crescimento é constante e lento desde sua abertura e "de um dia pro outro o movimento aumentou cerca de 30 a 40% no nosso serviço", disse o entrevistado.

Ainda segundo Martins, as flexibilizações que ditaram sobre o horário de funcionamento dos salões (até às 22h), não trouxeram consequências. Porém as aberturas dos salões trouxeram mais uma pequena queda no volume de vendas, já que a ideia para algumas partes do público era a convivência em salão, aproveitando a hospitalidade.

Outro ponto relevante a se citar é a mudança no cardápio, a qual ocorreu devido a esse crescimento durante o início do período de pandemia. Também houve a mudança de local do comércio, o qual foi ampliado e equipado para atender as mudanças feitas no cardápio.

Assim, é possível observar, nos dois modelos de estabelecimentos dos quais os donos foram entrevistados, que o *delivery* foi de fato o sistema que garantiu a sobrevivência dos restaurantes durante esse período.

Além disso, o modelo de vendas por entregas e por aplicativos durante o período em que o consumo de alimentos dentro dos estabelecimentos era inviável levou ao maior contato de clientes com este novo modo de compras.

Segundo o *Projeto Brasil Food Trends* (2020) e o *The National Restaurant Association* (2021), o próprio *delivery* já aparecia como uma forte e crescente tendência de mercado, possível de observar em materiais especializados na previsão das tendências gastronômicas anuais. Assim como a redução de menus, o que acarreta uma menor quantidade de produtos no estoque e traz à tona o quadro reduzido de funcionários.

Além disso, o foco da indústria de alimentos deixa de ser nos salões e passa a ser em serviços de retirada e para entrega, o que permite o aceleração do modo de se comunicar com os consumidores baseado na geração de promoções e combinações de produtos e, também, dá a possibilidade de escolher novos jeitos de pedir comida como: cada prato considerado como parte separada de uma refeição, sendo que os clientes começaram a pedir somente a sobremesa, prato principal ou aperitivos. As compras digitais de produtos de mercearia e bebidas alcoólicas também se apresentam como tendência, além de dietas alimentares específicas como saudáveis, vegetarianas e outras. (NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION, 2021).

Para concluir o artigo, haverá um breve trecho esclarecedor sobre alguns fatores que também influenciaram diretamente os hábitos alimentares durante o período de pandemia, porém trata-se de outras óticas.

A insegurança alimentar é uma das realidades que grande parte dos brasileiros enfrenta, incentivada pela crise sanitária instaurada com a pandemia de Covid-19, já que antes mesmo desse período a vulnerabilidade, dita por altas taxas de desemprego e cortes nas políticas sociais, estava presente. (WERNECK, 2020).

A insegurança alimentar é a preocupação da população em relação à falta de recursos que garantam a sua alimentação diária habitual. Segundo o IBGE, em 2018, antes da pandemia, 10 milhões de pessoas já estavam em situação de insegurança alimentar, número que aumentou para 19 milhões em 2020, segundo a Rede Penssan. (FUNDAÇÃO

OSWALDO CRUZ, 2020; EXAME, 2021). Um dos fatores observados foi o aumento constante de itens básicos da cozinha brasileiro, como o arroz e feijão.

Ainda, tratando deste assunto cuja repercussão ocorre de maneiras distintas, podemos citar uma delas: a geração de empregos informais. Fenômeno antes já em crescimento no Brasil, se apresentou maior ainda com a pandemia, fator que alavancou entregas de comida por aplicativos e consequentemente aumentou o número de entregadores.

Contudo, além dessa pesquisa ter sido encerrada antes do fim da pandemia - diante de novas ondas e cepas do vírus -, os aspectos do mercado de alimentos e bebidas continuam se moldando conforme necessário. Assim, novos estudos de continuidade precisarão ser feitos para mapear o presente objetivo dessa pesquisa: identificar os impactos na alimentação e na gastronomia no período de isolamento social motivado pela propagação desenfreada da doença Covid-19, causada pelo vírus SARS-coV-2.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O levantamento de impactos nos hábitos alimentares gerados pelo isolamento social - problemática deste trabalho - foi presente em todo o corpo da discussão, trazendo

aspectos pertinentes a mesma, investigando-as quando necessário - cumprindo com os objetivos propostos.

As metodologias utilizadas nesta pesquisa permitiram discutir diversos pontos necessários para a compreensão dos comportamentos adquiridos ou moldados durante o período de pandemia devido a COVID-19, alcançando os objetivos dela. Também foi possível observar a importância do serviço de *delivery* para os estabelecimentos do mercado de alimentos. Porém, não foram feitas projeções sobre o futuro do mercado de alimentos e bebidas neste trabalho, já que tal assunto necessita de atenção especial para sua continuidade de discussão, além de precisar de uma maior abordagem e pesquisas mais detalhadas em nichos e recortes temporais dela.

Isso devido ao trabalho apresentar algumas limitações, como: a abrangência do tema, deixando o trabalho com diversos apontamentos sobre diferentes assuntos, ainda necessários para a discussão; a falta de aprofundamento nas questões levantadas durante todo o desenvolvimento do trabalho, visto que cada uma delas necessita de atenção isoladamente e não foram esgotadas diante do fato de ainda estarmos em meio à pandemia e, além disso, é importante ressaltar que o *delivery* foi o assunto mais aprofundado na discussão, dada a importância do mesmo para estabelecimentos de alimentos e bebidas das fases apontadas.

Uma das indicações para trabalhos futuros é o tratamento individual de cada uma das informações levantadas, esmiuçando e discutindo-as para a formação do pensamento quanto pesquisadores da alimentação e formação do histórico alimentar do período. Além disso, uma discussão futura sobre a permanência de comportamentos alimentares adquiridos ao longo desse tempo de pandemia será de grande importância para a justificativa dos mesmos.

Sendo assim, com base no trabalho apresentado e pesquisas aplicadas, conclui-se que durante o tempo de investigação, os maiores impactos observados na alimentação e na gastronomia foram: a forma de se relacionar com a comida, tratando-a como fonte de conforto e socialização novamente, e o serviço de *delivery* como principal meio de adquirir alimentos durante este período.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Patrício Carneiro. *De gourmet a caçador: alimentação e medo na pandemia*. Rev. de Alim. Cult. Américas - RACA. 2(2):117-134, jul./dez, 2020. Disponível em: <<https://raca.fiocruz.br/index.php/raca/article/view/72>>. Acesso em: 11 abr. 2021.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO (São Paulo, SP). *Decreta quarentena no Estado de São Paulo, no contexto da pandemia do COVID-19 (Novo Coronavírus), e dá providências complementares*. DECRETO Nº 64.881, DE 22 DE MARÇO DE 2020.

BARIFOUSE, Rafael. *Por que consumo não deslança apesar de vacinação e reabertura*. São Paulo: BBC News Brasil, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58404676>>. Acesso em: 02 out. 2021.

ALEGRETTI, Lais. *Covid: porque ventilar ambientes é mais importante do que limpar compras*. BBC News Brasil em Londres. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-56723635>>. Acesso em: 08 nov. de 2021.

BRASIL FOOD TRENDS 2020. São Paulo: ITAL/FIESP, 2010. 173 p. Disponível em: <www.brasilfoodtrends.com.br>. Acesso em: 25 jun. 2021.

CÂMARA Técnica de Alimentos e Bebidas. *Cartilha sobre Higienização e Sanitização de alimento*. Conselho Regional de Química - Terceira região, 2020. Disponível em: <<https://crq3.org.br/cartilha-sobre-higienizacao-e-sanitizacao-de-alimentos/>>. Acesso em: 05 nov. 2021.

EXAME. *Pela 1ª vez em 17 anos, mais de 50% não tem segurança alimentar no Brasil*. Agência O Globo. 4 Mar. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/pela-1a-vez-em-17-anos-mais-de-50-nao-tem-seguranca-alimentar-no-brasil/>>. Acesso em: 11 abr. 2021.

GOVERNO DE SÃO PAULO. *Retomada consciente*. Plano São Paulo. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/planosp/>>. Acesso em: 14 out. 2021.

GOULART, Adriana da Costa. *Revisitando a espanhola: a gripe pandêmica de 1918 no Rio de Janeiro*. Hist. cienc. saúde-Manguinhos. Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 101-142, Abr. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702005000100006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 08 jan. 2021.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. *Especialista do HC-UFPE explica o que é a fadiga pandêmica*. Disponível em: <<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hc-ufpe/comunicacao/galeria-de-videos/especialista-do-hc-ufpe-explica-o-que-e-a-fadiga-pandemica>>. Acesso em: 15 out. 2021.

MENGUE, Priscila. *Na quarentena, assar pão e bolo ganha espaço e aumenta procura por farinha*. O Estado de São Paulo, Saúde. São Paulo: 2020. Disponível em: <<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,na-quarentena-assar-pao-e-bolo-ganha-espaco-e-aumenta-procura-por-farinha,70003261439>>. Acesso em: 02 out. 2021.

NASCIMENTO, Alan. *A atualidade turística do caso da Gripe Espanhola na cidade do Rio de Janeiro (Set. 1918 - Mar. 1919)*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 14 (3), p. 176-188, set./dez.

NATIONAL Restaurant Association. *2021 Restaurant Trends*. Disponível em: <<https://restaurant.org/research/reports/foodtrends>>. Acesso em: 25 jun. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. *OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia*. OPAS: Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6120:oms-afirm>

a-que-covid-19-e-agora-caracterizada-como-pandemia&Itemid=812>. Acesso em: 21 mar. 2021.

PASQUALOTTO, Carina. *Estamos comendo melhor? mudanças no consumo de alimentos orgânicos durante a pandemia do COVID-19*. XXII ENGEMA ANAIS, Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS - CEPAN. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/22/anaais/resumo.php?cod_trabalho=241>. Acesso em: 9 jun. 2021.

QUEIROZ, Pedro Wesley Vertino; COELHO, Alexandre Bragança. *Alimentação Fora de Casa: uma Investigação sobre os Determinantes da Decisão de Consumo dos Domicílios Brasileiros*. Análise Econômica, Porto Alegre, ano 35, n. 67, p. 67-104, mar. 2017.

SÃO PAULO (Estado). *Decreto nº 64.881*: de 22 de março de 2020. Decreta quarentena no Estado de São Paulo, no contexto da pandemia do COVID-19 (Novo Coronavírus), e dá providências complementares. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/decreto-quarentena.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

UNIVERSIDADE PASSO FUNDO. *Pandemias e epidemias na história: reflexos sociais imediatos e duradouros*. Passo Fundo: Assessoria de Imprensa, 2020. Disponível em: <<https://www.upf.br/noticia/pandemias-e-epidemias-na-historia-reflexos-sociais-imediatos-e-duradouros>>. Acesso em 25 fev. 2021.

WERNECK, Guilherme Loureiro; CARVALHO, Marília Sá. *A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada*. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 36, n. 5, e00068820, Abr. 2020. Disponível em: <http://cadernos.ensp.fiocruz.br/csp/artigo/1036/a-pandemia-de-covid-19-no-brasil-cronica-de-uma-crise-sanitaria-anunciada>. Acesso em: 11 Abr. 2021.

SCHNEIDER, Sergio; CASSOL, Abel; LEONARDI, Alex; MARINHO, Marisson de M. *Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação*. Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020 v.34 n.100, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ea/a/kQdC7V3Fxm8WXzvmY5rR3SP/?lang=pt>>. Acesso em: 9 jun. 2021.

TONON, Rafael. *Como a pandemia nos reconciliou com a cozinha*. 2020. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2020/05/23/fugas/noticia/pandemia-reconciliou-cozinha-1916981>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

TORRES, Anne Vechi. *Com açúcar com afeto: O doce como a chave da felicidade*. Brasília, 2014. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/10580/1/2014_AnneVechiTorres.pdf>. Acesso em: 02 out. 2021.

Our World in Data. Coronavírus (COVID-19) Vaccinations. Disponível em: <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL>. Acesso em: 15 out. 2021.

Contatos: leticiambeserra@gmail.com e camila.landi@mackenzie.br.