

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UnICEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO E SAÚDE  
CURSO DE NUTRIÇÃO**

**A INFLUÊNCIA DOS APLICATIVOS DE DELIVERY NA COMENSALIDADE E  
NOS HÁBITOS ALIMENTARES EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL**

**Bruna Morais Dalvi  
Julia Serejo Mello**

**Prof<sup>a</sup> Orientadora: Maína Ribeiro Pereira Castro**

**Brasília, 2020**

**Data de apresentação: 04 de agosto de 2020**

**Local: Sala 1**

**Membros da banca: Ana Lúcia Ribeiro Salomon e Paloma Popov Custódio  
Garcia**

## RESUMO

O padrão atual de estilo de vida acelerado fez com que surgissem meios para que a alimentação também se enquadrasse nesse modelo. Assim, um dos serviços que surgiram para suprir essa necessidade foram os aplicativos de *delivery* e se tornaram ainda mais populares durante o cenário de pandemia atual. O objetivo do presente estudo foi verificar o uso desses aplicativos em épocas de distanciamento social em uma pequena parcela da população adulta do Distrito Federal, além da sua relação com a comensalidade. Um questionário *online* foi divulgado por meio da rede social *Instagram* e coletou dados de 133 participantes referentes ao hábito de solicitar comida por aplicativos. Por fim, também foram analisados dados divulgados pelos próprios aplicativos. O crescente uso da tecnologia no cotidiano tem causado grande impacto na alimentação da população e os efeitos adversos desse cenário já podem ser observados nessa geração. Notou-se que 80% do público participante utiliza aplicativos de *delivery* de comida e a grande maioria considera que esse uso impacta de forma negativa os seus hábitos alimentares, fato comprovado pelos tipos de comidas mais pedidas, no qual destacam-se pizza e hambúrguer. Ademais, observou-se que a comensalidade é comumente praticada quando se solicita refeições de aplicativos e esta foi beneficiada durante a pandemia pois as pessoas passaram mais tempo em casa, compartilhando as refeições.

**Palavras-chave:** Hábito alimentar. Tecnologia. *Delivery*. Distanciamento social.

## INTRODUÇÃO

Recentemente a Organização Mundial da Saúde (OMS) certificou a COVID-19, doença provocada pelo novo coronavírus, como uma pandemia (OPAS, 2020). A partir do crescente número de casos no Brasil, alguns estados e o Distrito Federal (DF) publicaram decretos para promover medidas que evitassem a maior propagação da doença. Dentre as principais determinações, teve-se a obrigatoriedade de suspensão de diversas atividades e estabelecimentos, incluindo o consumo local em bares e restaurantes, sem prejuízos dos serviços de *delivery* (DISTRITO FEDERAL, 2020). Ademais, a principal medida recomendada no momento é o distanciamento social, que consiste em permanecer em casa e evitar contato com outros indivíduos, sendo uma forma eficiente de promover o achatamento da curva de contágio (SBAC, 2020).

Vale ressaltar que, além de todo esse acontecimento no momento presente, o Brasil ainda passa pela transição nutricional, na qual o número de pessoas em estado de desnutrição está sendo substituído por uma prevalência de excesso de peso ocasionado, principalmente, pela má-alimentação (COUTINHO; GENTIL; TORAL, 2008). Conforme os dados do Sistema Nacional de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN), mais de 60% da população adulta do DF, em 2018, apresentava estado nutricional de sobrepeso ou obesidade (SISVAN, 2019).

Isso ocorre, entre outros motivos, pelo fato de os costumes alimentares tenderem a ser alterados conforme as mudanças de gerações e cultura ao longo dos anos. Sabe-se também que são fortemente influenciados pelas alterações no cotidiano da população, inserção da mulher no mercado de trabalho, globalização e industrialização, que impactam de forma direta no estilo de vida das pessoas (MAGALHÃES, 2016).

Ademais, o estilo de vida moderno é caracterizado pela falta de tempo e pressa associados à ansiedade, que atinge grande parte da população. A necessidade de executar tudo de forma acelerada e aproveitar cada minuto faz com que a alimentação também se enquadre nesse padrão. Dessa forma, observa-se a busca por alternativas que possam tornar a alimentação mais prática e rápida, como *fast-foods*, serviços de *delivery*, restaurantes *self-service*, e consumo de alimentos industrializados (MAGALHÃES, 2016).

Nos últimos anos, os serviços de *delivery* de comida, ou seja, serviços de entrega de alimentos ao consumidor, começaram a se difundir. Primeiramente funcionavam como algo próprio do estabelecimento, sendo os pedidos feitos por telefone ou e-mail e de responsabilidade total do restaurante (PIGATTO et al., 2017). Associado a esse crescente uso do serviço de *delivery*, provocado, principalmente, pelo novo estilo de vida moderno, tem-se a intensificação do uso de *smartphones* e, conseqüentemente, aplicativos. Ao unir esses dois fatores, é perceptível o sucesso dos aplicativos de *delivery* (MONTY, 2018). Segundo dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) de 2019, o número de pedidos via aplicativos gera cerca de 1 bilhão de reais por mês, totalizando em torno de 11 bilhões por ano.

Outra estatística importante é que no país mais desenvolvido da América do Sul, aproximadamente dois terços da população consumidora que utiliza um aplicativo popular de *delivery* relataram que esse formato de obtenção do alimento é sua forma preferida de jantar. Entretanto, o que muitos desses indivíduos podem não saber é que a frequência com que se come alimentos produzidos fora de casa é positivamente associada com um maior índice de massa corporal (STEPHENS; MILLER; MILITELLO, 2020).

Porém, ao retomarmos ao momento presente em que a pandemia é o foco principal, pode-se afirmar que a maior procura atual pelos serviços de *delivery* se deve ao fato de que os estabelecimentos comerciais se encontram fechados para atendimento no local. De acordo com notícia publicada em um jornal digital de Brasília, os serviços de *delivery*, que já eram uma alternativa comum na cidade, tornaram-se ainda mais atrativos nesse período. Em meio à pandemia, com comércios fechados e a população dentro de casa, o *delivery* passou a ser uma das principais alternativas para consumidores e comerciantes (SILVA; MENESES; LUIZ, 2020).

Com isso, também é possível correlacionar o uso dos aplicativos de *delivery* nesse momento histórico, com a comensalidade, ou seja, o ato de partilhar refeições em um mesmo momento e local. A comensalidade pode ser compreendida como uma ferramenta de união, que reforça vínculos sociais. Logo, é necessário preservar o ato de comer junto (GIMENES-MINASSE et al., 2018).

Diante do exposto, o presente trabalho teve por objetivo verificar o uso de aplicativos de *delivery* durante o período de distanciamento social em uma pequena parcela da população adulta do Distrito Federal.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo primário**

Verificar o uso de aplicativos de *delivery* de comida durante o período de distanciamento social em uma pequena parcela da população adulta do Distrito Federal.

### **Objetivos secundários**

- Relacionar a influência do uso dos aplicativos de *delivery* de comida com os hábitos alimentares;
- Analisar em quais refeições existe maior propensão ao uso dos aplicativos de *delivery* de comida;
- Averiguar a presença da comensalidade em épocas de distanciamento social.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

### **Desenho do estudo**

Este trabalho consiste em um estudo do tipo transversal e quantitativo, com aplicação de questionário para mensurar a influência que os aplicativos de *delivery* de comida têm gerado em uma pequena parcela da população de Brasília durante o distanciamento social para conter a disseminação da COVID-19.

### **População**

Pessoas que residem no Distrito Federal, maiores de 18 anos, do sexo masculino e feminino que têm o hábito de utilizar aplicativos de uma forma geral.

### **Metodologia**

Foi aplicado um questionário *online* por meio da plataforma *Google Forms* com perguntas a respeito da frequência com que essas pessoas utilizam os aplicativos como *iFood*, *UberEats* e *Rappi* e sobre qual o tipo de comida mais pedida. Também questionou-se o principal motivo que levava ao uso desses aplicativos, se o interesse por esse tipo de serviço havia aumentado no período de distanciamento social, se o uso do *delivery* está mais relacionado à uma refeição consumida sozinha ou acompanhada de outras pessoas, qual a refeição do dia que mais se costuma pedir e a percepção pessoal do consumidor a respeito desses aplicativos estarem afetando a comensalidade e os hábitos alimentares (APÊNDICE A).

Além dos questionários, foram analisados dados fornecidos pelos próprios aplicativos de *delivery* de comida que divulgam, dentro do ambiente de compra virtual, quais são os restaurantes mais bem avaliados do momento e seus respectivos pratos mais pedidos. Para que não houvesse viés de perfil do consumidor, ou seja, o aplicativo fornecesse apenas dados dos restaurantes que mais se encaixam nas características de pedido desse usuário, essa análise em cada aplicativo foi feita por meio do cadastro de um indivíduo que nunca utilizou nenhum dos serviços.

## **Análise de dados**

Os dados colhidos de todos os questionários aplicados aos consumidores foram analisados por meio de tabelas e gráficos quantitativos e qualitativos formulados no *Excel*, a fim de obter percentuais que relacionam essas informações. Além disso, foram avaliados os dados extraídos de cada aplicativo de *delivery*.

## **Crítérios de Inclusão**

O indivíduo, para responder o questionário, deveria residir no Distrito Federal e ter mais de 18 anos. Além disso, deveria ter o hábito de utilizar aplicativos de uma forma geral.

## **Crítérios de Exclusão**

Pessoas que residiam em outras localidades que não o Distrito Federal; indivíduos menores de 18 anos; e aqueles que não tinham o hábito de utilizar aplicativos de uma forma geral.

## **Aspectos éticos**

Todos os dados coletados foram visualizados apenas pela comissão do presente trabalho e serão deletados após 5 anos da data de conclusão e apresentação do mesmo. A coleta de informações foi iniciada após aprovação pelo Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário de Brasília com parecer de número 4.056.180. Além disso, todos os participantes da pesquisa aceitaram ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (APÊNDICE B).

## RESULTADOS

Um questionário *online* foi divulgado por meio de redes sociais e os dados coletados foram compilados e analisados. Eles indicaram que cerca de 80% (n=105) da amostra total de 133 respostas utiliza os aplicativos de *delivery*, sendo que aproximadamente 40% (n=42) destes usam o serviço 4 ou mais vezes por mês e apenas 19,6% (n=21) utilizam os aplicativos só uma vez no mês.

Quase 98% (n=130) das pessoas que responderam a pesquisa estavam no momento ou já estiveram em situação de isolamento social devido à pandemia do novo coronavírus e mais da metade dos participantes relataram que aumentaram o uso dos aplicativos em questão devido a essa situação. Ademais, 43,6% (n=58) responderam que praticaram a comensalidade mediada por tecnologias no período de distanciamento, realizando alguma refeição em companhia por meio de uma chamada de vídeo.

A maioria das pessoas (84,2% (n=112)) aumentou o número de refeições acompanhadas pelas pessoas que moram na mesma casa. Com a amostra de 128 respostas, 44,5% (n=57) assumiram utilizar o serviço de *delivery* por aplicativo pela praticidade e a mesma quantidade de pessoas disseram ser pela possibilidade de variedade presente dentro das plataformas. Dentre os demais, 5,5% (n=7) relataram ser por causa do sabor, 3,9% (n=5) devido a falta de tempo e a minoria de 1,6% (n=2) marcou o preço como motivo para utilizar esses serviços *online*. A amostra de respostas dessa pergunta conta, provavelmente, com as pessoas que relataram utilizar os aplicativos de *delivery* e com indivíduos que optaram responder por qual motivo usariam. Os demais participantes da pesquisa optaram por não responder.

Em relação ao tipo de comida pedido dentro da plataforma, 130 respostas foram efetivadas, provavelmente contando com quem relatou utilizar o serviço de *delivery* e também por pessoas que optaram por marcar as opções que pediriam se usassem, sendo que uma mesma pessoa poderia marcar até 3 opções. Assim, mais de 72% (n=94) da amostra relatou consumir pizza e hambúrgueres, tornando estas as categorias mais pedidas dentro dos aplicativos de acordo com a pesquisa. Logo abaixo, estão: comida japonesa, com cerca de 43% (n=56) das pessoas confirmando que optam por este tipo de alimento, e pratos brasileiros com um percentual de 23,1% dos pedidos (n=30), conforme dados da Tabela 1.



**Tabela 1** - Respostas para o tipo de comida que mais costuma pedir em ordem decrescente em um questionário divulgado pela plataforma de rede social *Instagram* em 2020

<b>Tipo de refeição</b>	<b>Número de respostas</b>	<b>Percentual de marcação (%) (n=130)</b>
Pizza	99	76,2
Hambúrguer	94	72,3
Comida japonesa	56	43,1
Pratos brasileiros	30	23,1
Açaí	28	21,5
Doces e bolos	19	14,6
Comida chinesa	13	10
Comida árabe	12	9,2
Massas	8	6,2
Salada	7	5,4
Salgados	5	3,8
Crepe	4	3,1
Frutos do mar	2	1,5
Risotos	1	0,8
Refeições congeladas	1	0,8
Comida indiana	0	0
Comida alemã	0	0
Comida mexicana	0	0

Fonte: elaboração própria

Por último, 78,5% (n=102) das 130 pessoas que optaram por responder essa pergunta marcaram que costumam utilizar o sistema de *delivery* dos aplicativos para consumir a comida em companhia. A maioria de 131 respostas contabilizadas para outro questionamento (77,1% (n=101)), considerou que o uso frequente dessa facilidade altera os hábitos alimentares de forma negativa. Mais da metade da amostra total do questionário (53,4% (n=71)) de 133 participantes não considera que o fato de receber a comida no local onde está e não ter que ir aos restaurantes afeta a comensalidade e, por fim, mais de 76% (n=99) de 130 participantes da pesquisa que optaram por responder essa pergunta, costumam pedir *delivery* por aplicativos principalmente no jantar, conforme dados da Tabela 2.

**Tabela 2** - Refeição que os consumidores mais costumam utilizar os aplicativos de *delivery* de comida de acordo com questionário divulgado pela plataforma de rede social *Instagram* em 2020

<b>Refeição</b>	<b>Percentual de marcação (%) (n=130)</b>
Café da manhã	0
Almoço	16,2
Lanche da tarde	3,1
Jantar	72,2
Ceia	2,3
Outra	2,3

Fonte: elaboração própria

Já na segunda parte da pesquisa apenas dois dos principais aplicativos de *delivery* mais utilizados dentro do Distrito Federal foram analisados (*iFood* e *UberEats*). O aplicativo Rappi foi retirado da amostra pela impossibilidade de demarcação da localização abrangente “Brasília”. Dentre os aplicativos analisados observou-se o perfil dos restaurantes mais famosos, mais pedidos, que continham mais promoções e que eram melhores avaliados pelos clientes. O primeiro aplicativo em questão, o *iFood*, se mostrou mais variado, com diversas opções de comidas mais pedidas, incluindo pratos brasileiros, assim como a culinária italiana, japonesa e alemã. Também se mostrou presente entre os mais pedidos restaurantes da categoria “saudável” criada pelo aplicativo, onde os pedidos em destaque se mantinham em pratos mais leves, com verduras e legumes presentes e com a ausência de carnes gordurosas. Dentre os outros restaurantes os pratos que estavam em maior destaque, em sua maioria, foram massas, como pizza, lasanha e espaguete, pratos que continham fritura, sendo a maioria com batata frita, e pratos com grande quantidade de gordura, como risoto.

Já o segundo aplicativo analisado, o *UberEats*, apresentou destaques mais limitados, sendo a sua grande maioria restaurantes *fast-foods*, em que os pratos mais pedidos eram combos de hambúrguer com batata frita e refrigerante. As outras opções encontradas foram comidas brasileira e italiana, além de pratos com massas, principalmente o espaguete.

Essa observação foi feita no dia 11 de maio de 2020 e os restaurantes em destaque, assim como os pratos mais pedidos, podem ser alterados diariamente dentro das duas plataformas.

Segundo a pesquisa realizada, pode-se perceber que a maioria dos pedidos, promoções dentro dos aplicativos e restaurantes em destaque, levam os

consumidores a realizarem refeições com poucos alimentos minimamente processados, grande quantidade de óleos e gorduras e com alimentos ultraprocessados, contrariando vários princípios do Guia Alimentar Para a População Brasileira (2014) que garantem uma alimentação adequada e saudável.

## DISCUSSÃO

Atualmente um dos assuntos mais recorrentes nas mídias é a pandemia do coronavírus. Segundo recente reportagem da BBC News Brasil, que entrevistou o ex-chefe da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), muitas famílias, durante o período de distanciamento social, optaram por aumentar o consumo de alimentos industrializados pois possuem um maior tempo de prateleira. Esse fato representa não só um problema para a saúde dos indivíduos, tornando-os ainda mais suscetíveis ao vírus, mas também impacta de forma prejudicial o trabalho de pequenos produtores. Desencorajada a sair de casa, a população brasileira demonstrou maior interesse em alimentos não perecíveis, diminuindo o consumo de alimentos como frutas, verduras e legumes no período em questão (FELLET, 2020).

Corroborando com os resultados expostos no vigente estudo, uma pesquisa realizada pelo Instituto Qualibest em parceria com a Galunion em abril de 2020, período em que grande parte das cidades brasileiras aderiram ao distanciamento social, mostrou que a pandemia gerou mudanças nos hábitos alimentares da população, principalmente devido ao fato de que a grande maioria dos participantes (95%) relatou que evitou sair de casa no período e reduziu a ida ao supermercado (90%). Ademais, dentre os alimentos mais procurados no serviço de *delivery* estavam a pizza e os hambúrgueres, coincidindo com os resultados obtidos. Por outro lado, alguns consumidores deixaram de usufruir do serviço durante o período da pandemia em virtude da preocupação com a procedência da comida, como esta é manipulada, embalada e entregue.

Neste momento delicado em que evitou-se sair de casa, a principal oferta de comida se deu de forma virtual, o que favoreceu um ambiente alimentar digital. Este pode ser definido pelo contexto em que as escolhas alimentares ocorrem e tem significativa influência no comportamento das pessoas, no quesito da alimentação. Diante dos dados apresentados no vigente trabalho, nota-se que esse ambiente digital demonstrado pelos aplicativos de *delivery* pode se enquadrar como um pântano alimentar, ou seja, um cenário em que se predomina a oferta de comidas consideradas não saudáveis, altamente calóricas e com baixo valor nutricional (SILVA, 2018).

Segundo Bleil (1998), alguns fatores explicam a mudança no padrão alimentar que ocorre no Brasil, marcada pelo maior consumo de alimentos industrializados e

*fast-food* em detrimento dos alimentos regionais e típicos da cultura local. Dentre os principais pontos, destaca-se o fato de que as escolhas alimentares da sociedade moderna são altamente influenciadas pela publicidade. Desse modo, a indústria investe muito nessa questão, sendo eficaz em determinar padrões de consumo. Ao associar tais fatores com a globalização, é possível compreender os resultados obtidos no que se refere às preferências alimentares dos consumidores. Por outro lado, a avaliação realizada dentro das plataformas de *delivery* de alimentos evidenciou que ambos os aplicativos possuíam pratos brasileiros em destaque, o que significa um resgate à cultura alimentar do país.

Acrescentando ao exposto a respeito da publicidade, nota-se que há um intenso *marketing* nos aplicativos analisados, envolvendo imagens que privilegiam as preparações e diversas promoções que possivelmente influenciam a escolha do consumidor. Para Scagliusi, Machado e Torres (2005) o *marketing* é uma estratégia que tem como objetivo convencer o consumidor a usufruir continuamente de um serviço e tem característica crescente em virtude da competitividade do meio que envolve a alimentação.

Segundo dados divulgados em 2019, os aplicativos de *delivery* mais procurados em plataformas de busca como *Google* e *Bing* no Brasil foram o *iFood*, que teve uma média de mais de um milhão de buscas mensais com seu nome no ano em questão, e o *UberEats*, com uma média de 246 mil pesquisas por mês (E-COMMERCE BRASIL, 2019).

Um estudo realizado em 2016 com foco no aplicativo *iFood* observou que o perfil dos consumidores era, majoritariamente, caracterizado por indivíduos que optavam pelo uso do serviço em virtude da praticidade, rapidez e comodidade que o mesmo oferecia, o que condiz com os dados observados na atual pesquisa. Além disso, a frequência com que a maioria dos consumidores utilizavam o aplicativo era de 2 a 5 vezes ao mês (PONTE NETO, 2016).

Verifica-se, na modernidade, que o hábito de cozinhar a própria refeição, muito comum antigamente, vem se diluindo. Dados obtidos em uma pesquisa de 2017 apontam que alguns fatores contribuíram para tal situação. A realidade atual, em que os padrões alimentares mudaram e refeições perderam espaço para lanches e os industrializados, é um deles. Outro aspecto que merece atenção é o fato de que, na grande maioria dos lares, a figura materna da família é a responsável pelo preparo

das refeições. Assim, a inserção da mulher no mercado de trabalho contribuiu para redução do hábito de cozinhar. Além disso, sabe-se que na vida contemporânea a falta de tempo é muito comum, se enquadrando como mais um motivo para o consumo de alimentos já prontos e industrializados. Tais fatos supracitados justificam a frequência do uso de serviços de entrega de comida como alternativa prática e cômoda para substituir o preparo de refeições (BALEM et al., 2017).

Ademais, segundo dados obtidos por outra pesquisa realizada no mesmo ano pelo próprio aplicativo *iFood* juntamente com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), que realizou um levantamento com 1800 pessoas de várias cidades brasileiras, a maioria dos pedidos no aplicativo eram realizados no jantar, o que reforça o resultado do presente estudo (MEIO E MENSAGEM, 2016).

Conforme pesquisa de Viecelli e Gazolla (2019), o jantar representa a refeição em que mais se pratica a comensalidade, corroborando com resultados aqui obtidos de que grande parcela da amostra relatou utilizar os serviços de entrega quando está em companhia, principalmente no momento do jantar. Ainda, a pesquisa revelou que 79% das pessoas consideravam que o almoço era a refeição em que "a cozinha funciona", enquanto o jantar teve um percentual de 30% no mesmo item. Tal dado fundamenta o fato de o *delivery* ser comumente utilizado na principal refeição noturna.

Em relação à qualidade nutricional da maioria das preparações comumente solicitadas no *delivery*, observa-se uma semelhança com os alimentos mais consumidos fora dos lares no Brasil. De acordo com Bezerra et. al. (2013), o aumento do consumo de alimentos com alta densidade energética e baixa qualidade nutricional está associada ao comer fora de casa. Dentre as principais preparações consumidas nessas circunstâncias encontram-se pizza e sanduíches, assim como observado no vigente estudo em relação ao serviço de entrega. Ademais, quando questionados em relação à influência do *delivery* nos hábitos alimentares, a grande maioria dos participantes relatou que esse fator impacta de forma negativa seus hábitos, o que demonstra certo conhecimento dessa parcela de pessoas em relação à qualidade nutricional do que está sendo consumido. Porém, cabe ressaltar que, de acordo com uma pesquisa realizada em 2014, o nível de escolaridade é um fator determinante sobre a percepção de uma alimentação saudável. Evidenciou-se que o menor nível de escolaridade é comumente associado à uma interpretação inadequada sobre conceitos de nutrição e alimentação (MOURA; MASQUIO, 2014).

Por fim, ao considerar o aspecto da comensalidade no período de distanciamento social, obteve-se o significativo resultado de que a grande maioria dos participantes relatou a realização de mais refeições na companhia de quem residia em suas casas. Dessa forma, nota-se uma quebra do que se observa na atualidade contemporânea, em que o comer fora de casa é uma rotina comum em muitas famílias em virtude das demandas profissionais e sociais que o mundo moderno impõe. Assim, o período de pandemia, em que estabelecimentos comerciais estiveram, em sua maioria, fechados e a predominante parcela da população ficou em casa, proporcionou mais momentos de interação durante as refeições e um resgate à hábitos passados (MACHADO et al., 2014).

Quanto à comensalidade mediada por tecnologias, esta teve uma significativa prática durante o período de distanciamento social. Se diferencia da comensalidade tradicional pois não envolve a presença física de pessoas para o compartilhamento de refeições, mas sim o contato remoto com alguém. Com o avanço da tecnologia, a difusão do uso de *smartphones* e o maior acesso à *internet*, tornou-se mais frequente essa nova prática. A comensalidade digital também pode ser observada nas diversas formas de interação que as redes sociais oferecem, dentre as quais se destacam a possibilidade de enviar áudios para conhecidos e compartilhar fotos e vídeos de refeições. (GIMENES-MINASSE, 2017).

## CONCLUSÃO

Conclui-se por meio deste trabalho que o uso de aplicativos de *delivery* durante o distanciamento social apresentou um aumento dentro da pequena parcela do Distrito Federal abrangida pelo estudo. Também foi possível perceber que esse aumento muito provavelmente tem afetado de maneira negativa a alimentação dos participantes.

A utilização do *delivery* por meio de aplicativos relacionou-se ao maior consumo de alimentos ricos em calorias e frituras, visto que a maioria da amostra relatou costumar escolher pizza e hambúrguer com frequência para pedir pelos *apps* de *delivery*. Ademais, tem-se o fato de que os próprios aplicativos corroboram para essas escolhas, já que a maior parte das promoções expostas e os restaurantes em destaque eram de alimentos altamente calóricos, como os citados anteriormente.

Verificou-se também, por meio do presente estudo, que na época de distanciamento social devido à COVID-19, mais da metade dos participantes realizaram chamada de vídeo com outra pessoa durante alguma refeição, colocando em prática, assim, a comensalidade digital. Além disso, evidenciou-se também o fato de que a maioria dos participantes aumentaram o número de refeições realizadas acompanhadas dos outros moradores da casa, assim como a grande parte relatou optar pelo *delivery* para realizar uma refeição em companhia. Dessa forma, é possível perceber que a alimentação é um meio de criação de laços e de socialização com outras pessoas, mesmo à distância.



## REFERÊNCIAS

- ABRASEL. **Delivery movimentada R\$ 11 bilhões por ano**. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Belo Horizonte, mar. 2019. Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/delivery-movimentada-r-11-bilhoes-por-ano-enquanto-franquias-de-alimentacao-diversificam-a-oferta-de-produtos/>. Acesso em: 19 set. 2019.
- ALIMENTAÇÃO na Pandemia: como a COVID-19 impacta os consumidores e os negócios em alimentação. Onda 1. **Galunion e Instituto Qualibest**. 2020. Disponível em: Acesso em: 08 jun. 2020.
- BALEM, Tatiana *et al.* As transformações alimentares na sociedade moderna: a colonização do alimento natural pelo alimento industrial. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 5-17, jun. 2017.
- BEZERRA, Ilana *et al.* Consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 200S- 211S, fev. 2013.
- BLEIL, Susana. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Revista Caderno de Debate**, v. 6, p. 1-25, 1998.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia Alimentar para a População Brasileira**. 2. ed. Brasília, 2014.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN). **Relatórios do estado nutricional dos indivíduos acompanhados por período, fase do ciclo da vida e índice**. Brasília, 2019. Disponível em: <http://sisaps.saude.gov.br/sisvan/relatoriopublico/index>. Acesso em: 19 set. 2019.
- COUTINHO, Janine; GENTIL, Patrícia; TORAL, Natacha. A desnutrição e obesidade no Brasil: o enfrentamento com base na agenda única da nutrição. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. s332-s340, 2008.

DISTRITO FEDERAL. **Decreto Nº 40.549, de 23 de março de 2020**. Brasília, DF, 2020. Disponível em:

[http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2020/03\\_Março/DODF%20036%2023-03-2020%20EDICAO%20EXTRA/DODF%20036%2023-03-2020%20EDICAO%20EXTRA.pdf](http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2020/03_Março/DODF%20036%2023-03-2020%20EDICAO%20EXTRA/DODF%20036%2023-03-2020%20EDICAO%20EXTRA.pdf). Acesso em: 28 mar. 2020.

E-COMMERCE BRASIL. **Pesquisa compara os aplicativos de delivery mais procurados na web**. Abr. 2019. Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pesquisa-compara-os-aplicativos-de-delivery-mais-procurados-na-web/>. Acesso em: 08 jun. 2020.

FELLET, João. Piora da alimentação na pandemia deixa população mais vulnerável à COVID-19, diz ex-chefe da FAO. **BBC News Brasil**. Maio 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52626216>. Acesso em: 24 jun. 2020.

GIMENES-MINASSE, Maria *et al.* Comensalidade.com: uma reflexão introdutória sobre as novas tecnologias e as práticas do comer junto. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 15, n. 02, p. 102-123, dez. 2018.

GIMENES-MINASSE, Maria. Novas configurações do comer junto: reflexões sobre a comensalidade. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 252-275, maio 2017.

MACHADO, Isabel *et al.* Repercussões do cenário contemporâneo no ato de compartilhar refeições em família. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 32, n. 76, p. 117-127, jan./mar. 2014.

MAGALHÃES, Elcio de Souza. **A compressão do tempo e a formação de novos hábitos alimentares: reveses e possibilidades**. 2016. Dissertação (Mestrado em Política Social) - Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em:

[http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22107/1/2016\\_ElciodeSouzaMagalh%C3%A3es.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22107/1/2016_ElciodeSouzaMagalh%C3%A3es.pdf). Acesso em: 19 set. 2019.

- MEIO E MENSAGEM. **Pesquisa do iFood revela hábitos de consumo no delivery**. Jul. 2016. Disponível em:  
<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/01/pesquisa-do-ifood-revela-habitos-de-consumo-no-delivery.html>. Acesso em: 12 jun. 2020.
- MONTY, Renata. Consumo de comida por aplicativos: os impactos das materialidades da comunicação em Uber Eats e iFood. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: [http://anais-comunicon.espm.br/GTs/GTPOS/GT2/GT02\\_MONTY.pdf](http://anais-comunicon.espm.br/GTs/GTPOS/GT2/GT02_MONTY.pdf) . Acesso em: 19 set. 2019.
- MOURA, Andréia; MASQUIO, Deborah. A influência da escolaridade na percepção sobre alimentos considerados saudáveis. **Revista de Educação Popular**, v. 13, n. 1, p. 82-94, 25 jun. 2014.
- OPAS. Organização Panamericana da Saúde. **Folha informativa - COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875). Acesso em: 28 mar. 2020.
- PIGATTO, Gessuir *et al.* Have you chosen your request? Analysis of online food delivery companies in Brazil. **British Food Journal**. Bingley, v. 119, n. 3, p. 639-657, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/159442>. Acesso em: 12 mar. 2020.
- PONTE NETO, Eriberto de Sá. **I Food**: um estudo sobre o comportamento de compra do consumidor. 2016. 80 f. TCC (Graduação em Administração) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.
- SCAGLIUSI, Fernanda; MACHADO, Flávia; TORRES, Elisabeth. Marketing aplicado à indústria de alimentos. **Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim.** São Paulo, v. 30, p. 79-95, dez. 2005.

SILVA, Ana Maria; MENESES, Celimar; LUIZ, Jonathan. Serviço de delivery está em alta com a pandemia de coronavírus. **Correio Braziliense**, Brasília, 21 mar. 2020.

Disponível em:

[https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/cidades/2020/03/21/interna\\_cidade\\_sdf,835712/servico-de-delivery-esta-em-alta-com-a-pandemia-de-coronavirus.shtml](https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/cidades/2020/03/21/interna_cidade_sdf,835712/servico-de-delivery-esta-em-alta-com-a-pandemia-de-coronavirus.shtml) .

Acesso em: 28 mar. 2020.

SILVA, Gláucia. **Características do ambiente alimentar de Ouro Preto - MG e do entorno das famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família**. Dissertação (Pós-Graduação em Saúde e Nutrição) - Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto - MG, 2018.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ANÁLISES CLÍNICAS (SBAC). **Lições a serem**

**aprendidas:** a importância do distanciamento social em casos de pandemia viral.

Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <http://www.sbac.org.br/blog/2020/03/25/licoes-a-serem-aprendidas-a-importancia-do-distanciamento-social-em-casos-de-pandemia-viral/>.

Acesso em: 31 mar. 2020.

STEPHENS, Janna; MILLER, Hailey; MILITELLO, Lisa. Food Delivery Apps and the Negative Health Impacts for Americans. **Frontiers in Nutrition**, v. 7, artigo 14, 2020.

VIECELLI, Pahola; GAZOLLA, Marcio. Hábitos alimentares e comportamentos à mesa: refeições, conteúdos e sociabilidades. **Revista Contribuciones a las**

**Ciencias Sociales**, nov. 2019. Disponível em:

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/11/habitos-alimentares.html>. Acesso em: 24 jun. 2020.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES

### Questionário - Consumidores

**E-mail:** \_\_\_\_\_

**Idade:** ( ) 15 a 25 anos            ( ) 26 a 35 anos            ( ) 36 a 45 anos  
( ) 46 a 55 anos            ( ) 56 a 65 anos            ( ) maior que 65 anos

**Sexo:** ( ) Feminino            ( ) Masculino            ( ) Outro

**Escolaridade:** ( ) Ensino Fundamental Incompleto  
( ) Ensino Fundamental Completo  
( ) Ensino Médio Incompleto  
( ) Ensino Médio Completo  
( ) Ensino Superior Incompleto  
( ) Ensino Superior Completo

**1. Você reside no Distrito Federal?**

( ) Sim            ( ) Não

**2. Você costuma utilizar serviços de delivery de comida por meio de aplicativos destinados à este fim?**

( ) Sim            ( ) Não

**3. Se sim, quantas vezes por mês?**

( ) 1            ( ) 3  
( ) 2            ( ) 4 ou mais

**4. Você está/esteve de distanciamento social devido ao COVID-19?**

( ) Sim            ( ) Não

**5. Você aumentou o uso de aplicativos de delivery durante esse período de distanciamento?**

Sim  Não

**6. Nesse período de distanciamento, você realizou alguma refeição durante uma chamada de vídeo?**

Sim  Não

**7. Durante o distanciamento social, você realizou mais refeições acompanhado por quem reside com você?**

Sim  Não

**8. Qual o principal motivo que te faz escolher o uso de aplicativos de delivery ao invés de cozinhar sua própria refeição?**

Praticidade  Sabor  Falta de tempo

Preço  Costume  Variedade

**9. Marque 3 principais alternativas correspondentes ao tipo de comida que costuma pedir.**

<input type="checkbox"/> Hambúrguer	<input type="checkbox"/> Salada
<input type="checkbox"/> Doces e bolos	<input type="checkbox"/> Pratos brasileiros
<input type="checkbox"/> Salgados	<input type="checkbox"/> Pizzas
<input type="checkbox"/> Comida japonesa	<input type="checkbox"/> Massas
<input type="checkbox"/> Comida chinesa	<input type="checkbox"/> Açaí
<input type="checkbox"/> Comida árabe	<input type="checkbox"/> Crepe
<input type="checkbox"/> Comida mexicana	<input type="checkbox"/> Risotos
<input type="checkbox"/> Comida Alemã	<input type="checkbox"/> Frutos do mar
<input type="checkbox"/> Comida Indiana	<input type="checkbox"/> Refeições congeladas

**10. Você opta pelo delivery para comer sozinho ou quando está com outras pessoas, na maioria das vezes?**

Sozinho  Em companhia

**11. Você considera que o uso frequente desses aplicativos altera os seus hábitos alimentares?**

Sim

Não

**12. Você acredita que o fato de receber a comida onde estiver e não ir à restaurantes influencia negativamente a comensalidade, ou seja, o hábito de comer junto, partilhar esse momento com outras pessoas e socializar?**

Sim

Não

**13. Qual a refeição que mais costuma usar o aplicativo para pedir? Marque apenas uma opção.**

Café da manhã

Almoço

Lanche da tarde

Jantar

Ceia

Outra: \_\_\_\_\_

## **APÊNDICE B - TCLE**

### **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE**

#### **A INFLUÊNCIA DOS APLICATIVOS DE DELIVERY NA COMENSALIDADE E NOS HÁBITOS ALIMENTARES EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL**

**Instituição: Centro Universitário de Brasília (UniCeub)**

**Pesquisadoras: Bruna Morais Dalvi, Julia Serejo Mello e Maina Ribeiro Pereira  
Castro**

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa acima citado. O texto abaixo apresenta todas as informações necessárias sobre o que estamos fazendo. Sua colaboração neste estudo será de muita importância para nós, mas se desistir a qualquer momento, isso não lhe causará prejuízo.

O nome deste documento que você está lendo é Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Antes de decidir se deseja participar (de livre e espontânea vontade) você deverá ler e compreender todo o conteúdo. Ao final, caso decida participar, você será solicitado a assiná-lo e receberá uma cópia do mesmo.

Antes de assinar, faça perguntas sobre tudo o que não tiver entendido bem. A equipe deste estudo responderá às suas perguntas a qualquer momento (antes, durante e após o estudo).



## **Natureza e objetivos do estudo**

- Os objetivos deste estudo se baseiam em verificar o uso de aplicativos de *delivery* durante o período de distanciamento social em uma pequena parcela da população adulta do Distrito Federal e como sua influência altera a comensalidade e os hábitos alimentares, avaliando como isso pode impactar a saúde dos consumidores.

## **Procedimentos do estudo**

- Sua participação consiste em responder um questionário *online* por meio da plataforma do *Google Docs* para que seja possível coletar dados a respeito da influência dos aplicativos de *delivery* nos hábitos alimentares na comensalidade.
- O questionário será *online* e, portanto, respondido no momento e local de sua preferência.
- Não haverá nenhuma outra forma de envolvimento ou comprometimento neste estudo.

## **Riscos e benefícios**

- Este estudo possui riscos mínimos pois envolve apenas a sua resposta ao questionário, o qual foi elaborado com o intuito de que o tempo gasto para seu preenchimento seja mínimo, em torno de 5 a 10 minutos.
- Medidas preventivas como a não divulgação dos dados de identificação serão tomadas para minimizar qualquer risco ou incômodo.
- Todos os dados obtidos na pesquisa serão utilizados exclusivamente para finalidades científicas. Os resultados da pesquisa não serão divulgados a terceiros.
- Caso esse procedimento possa gerar algum tipo de constrangimento, você não precisa realizá-lo.

- Com sua participação nesta pesquisa você poderá ajudar no estudo a respeito da influência que os aplicativos de *delivery* estão exercendo sobre o modo de vida das pessoas.

### **Participação, recusa e direito de se retirar do estudo**

- Sua participação é voluntária. Você não terá nenhum prejuízo se não quiser participar.
- Você poderá se retirar desta pesquisa a qualquer momento, bastando para isso entrar em contato com um dos pesquisadores responsáveis.
- Conforme previsto pelas normas brasileiras de pesquisa com a participação de seres humanos, você não receberá nenhum tipo de compensação financeira pela sua participação neste estudo.

### **Confidencialidade**

- Seus dados serão manuseados somente pelos pesquisadores e não será permitido o acesso a outras pessoas.
- Os dados e instrumentos utilizados (questionário) ficarão guardados sob a responsabilidade de Bruna Moraes Dalvi e Julia Serejo Mello com a garantia de manutenção do sigilo e confidencialidade, e arquivados por um período de 5 anos; após esse tempo serão destruídos.
- Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas. Entretanto, ele mostrará apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome ou qualquer informação que esteja relacionada com sua privacidade.

Se houver alguma consideração ou dúvida referente aos aspectos éticos da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília – CEP/UniCEUB, que aprovou esta pesquisa, pelo telefone 3966.1511 ou pelo e-mail [cep.uniceub@uniceub.br](mailto:cep.uniceub@uniceub.br) com a pesquisadora responsável Maina Ribeiro Pereira de Castro (e-mail [maina.pereira@ceub.edu.br](mailto:maina.pereira@ceub.edu.br) ou telefone (61) 99655-5166),

ou ainda, com as pesquisadoras assistentes Bruna Moraes Dalvi (e-mail [bruna.morais@sempreceub.com](mailto:bruna.morais@sempreceub.com) ou telefone (61) 99999-2249) e Julia Serejo Mello (e-mail [julia.serejo@sempreceub.com](mailto:julia.serejo@sempreceub.com) ou telefone (61) 99986-3505). . Também entre em contato para informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo.

Este Termo de Consentimento encontra-se disponível na parte inicial do questionário e uma cópia do mesmo será enviada para seu endereço de email informado no questionário *online*.

“Declaro que fui informado(a) sobre todos os procedimentos da pesquisa e que recebi, de forma clara e objetiva, todas as explicações pertinentes ao projeto. Também fui informado que posso me retirar do estudo a qualquer momento.”

Aceitar

Recusar

Endereço dos(as) responsável(eis) pela pesquisa:

Instituição: Centro Universitário de Brasília (UniCeub)

Endereço: SEPN 707/907

Bloco: 09/ Secretaria de Nutrição

Bairro: Asa Norte / CEP 70790-075 – Brasília-DF

Telefone p/contato: (61) 3966-1200

E-mail: [julia.serejo@sempreceub.com](mailto:julia.serejo@sempreceub.com)