



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA**

**GIBSON CORREIA NERI**

**#TEVEFESTASIM! PERFIL DE CONSUMO PARA**  
**FESTIVIDADES DOMÉSTICAS DURANTE A PANDEMIA**  
**DA COVID-19**

RECIFE-PE  
DEZEMBRO/2021

**GIBSON CORREIA NERI**

**#TEVEFESTASIM! PERFIL DE CONSUMO PARA  
FESTIVIDADES DOMÉSTICAS DURANTE A PANDEMIA  
DA COVID-19**

Relatório de Estágio Supervisionado  
Obrigatório apresentado à Coordenação do  
Curso de Bacharelado em Gastronomia da  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
como parte dos requisitos para obtenção do  
título de Bacharel em Gastronomia.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup> Amanda de Moraes Oliveira Siqueira

**Supervisora:** Prof<sup>ª</sup> Ana Carolina dos Santos Costa

RECIFE-PE  
DEZEMBRO/2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Sistema Integrado de Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

N445#

NERI, GIBSON

#TEVEFESTASIM! : PERFIL DE CONSUMO PARA FESTIVIDADES DOMÉSTICAS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 / GIBSON NERI. - 2021.

32 f. : il.

Orientadora: Prof Amanda de Moraes Oliveira Siqueira.

Coorientador: Prof Ana Carolina dos Santos .

Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Gastronomia, Recife, 2021.

1. eventos. 2. festas em casa. 3. gastronomia. 4. consumo. 5. covid-19. I. Siqueira, Prof Amanda de Moraes Oliveira, orient. II. , Prof Ana Carolina dos Santos, coorient. III. Título

CDD 641.013

---

**GIBSON CORREIA NERI**

**#TEVEFESTASIM! PERFIL DE CONSUMO PARA  
FESTIVIDADES DOMÉSTICAS DURANTE A QUARENTENA DA  
COVID-19**

Relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data:

Resultado:

**Banca Examinadora**

---

Prof<sup>ª</sup> Amanda de Moraes Oliveira Siqueira (Orientadora)

---

Prof<sup>ª</sup> Ericka Maria de Melo Rocha Calabria (Examinadora)

---

Prof. Leonardo Pereira de Siqueira (Examinador)

RECIFE-PE

DEZEMBRO/2021

Dedico este trabalho à Luzia Adelina Neri (In Memoriam). A melhor prova de resiliência, pro-atividade, liderança e sensibilidade que pude conhecer. Um exemplo de mulher, amiga, heroína. Minha mãe.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter me dado saúde e forças para que eu pudesse superar todos os obstáculos encontrado ao longo do curso.

Aos familiares e amigos que torcem por mim, o meu muito obrigado. Essa conquista também é de vocês!

A esta amada universidade, seu corpo discente, administração e direção, que contribuíram para que eu realizasse o sonho de me formar em gastronomia.

A minha orientadora, professora Amanda de Moraes Oliveira Siqueira, que com paciência, dedicação, profissionalismo, conseguiu extrair de mim, em momentos tão difíceis, motivação para continuar. Sem esses atributos, eu não conseguiria.

A professora Luciana Leite Andrade Lima, que durante o curso presenciou a minha quase desistência e conseguiu dar os conselhos corretos para que eu continuasse.

Aos meus queridos amigos da turma G19 a qual tive o privilégio de fazer parte. Vocês são especiais para mim.

Aos meus queridos e amados professores que contribuíram com muita dedicação à minha formação.

Ao secretário da coordenação do curso de gastronomia Ricardo Santos, que sempre me ajudou nos assuntos administrativos, encontrando as melhores maneiras de resolvê-los.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a minha formação, o meu muito obrigado!

## RESUMO

Por conta da maneira que é transmitida o Novo Coronavírus (contato direto com infectado), inúmeras medidas foram decretadas para controlar a propagação do vírus, entre elas, o isolamento social. O setor de eventos, que tinha boas projeções de crescimento para os anos seguintes, foi o que mais teve prejuízos econômicos. Correlacionado a esta situação, este relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório (ESO), buscou traçar o perfil de consumo para festividades domésticas, durante este isolamento e para colher essas informações, foi aplicado um questionário com 27 perguntas, divididas por 4 sessões (1-Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; 2-Ocorrência de comemoração em casa; 3-Perfil do consumidor e 4-Perfil da festividade na quarentena). Foi observado que as festividades foram promovidas em família e seus participantes eram adultos e que tinham idades entre 28 a 36 anos de idade (34,95%), casados (49,51%) e que essas festividades se relacionavam às famílias, pois a grande maioria respondeu que moravam com cônjuge e filhos (51,46%). A maioria dos entrevistados realizou apenas 1 (uma) festividade (36,89%) e que o tipo de festa oferecida foi de aniversário adulto (50,49%). Os bolos foram encomendados mais frequentemente por profissionais autônomos (54,37%), E bolos decorados (34,95%) e foram retirados no local (36,89%), bem como os doces e salgados (33,98%). Assim, mesmo com as restrições impostas pelas autoridades, pode-se observar que houve festividades familiares durante a pandemia do Novo Coronavírus.

**Palavras chaves:** eventos, festas em casa, gastronomia, consumo, covid-19.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	10
<b>2.1 Geral</b> .....	10
<b>2.2 Específicos</b> .....	10
<b>3 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	11
<b>3.1 Histórico dos eventos</b> .....	11
<b>3.2 Tipos de eventos de convivência e comemorações</b> .....	12
<b>3.3 Impactos da pandemia da COVID-19 em eventos e comemorações</b> .....	14
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	16
<b>4.1 Caracterização do estágio</b> .....	16
<b>4.1.1 Descrições do Local</b> .....	16
<b>4.1.2 Período de Estágio</b> .....	16
<b>4.1.3 Plano de Atividades</b> .....	16
<b>4.2 Coleta de dados para pesquisa</b> .....	16
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	18
<b>6 CONCLUSÕES</b> .....	26
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	27



## 1 INTRODUÇÃO

Eventos são acontecimentos que buscam reunir pessoas para um fim específico (MENDONÇA; PEROZIN, 2021). Em todas as culturas, desde as mais rudimentares até as mais complexas e sofisticadas, percebe-se a existência dessas situações especiais destinadas a enaltecer algum acontecimento relevante (GOMES, 2020). Quando socialmente se utiliza o termo festa para designar um evento, trata-se de uma celebração que, geralmente, se atrela a datas e acontecimentos comemorativos, como aniversário, casamento, descobertas, conquistas, entre outros (ROSA, 2002). Dessa forma, as festas representam momentos de maior importância social (IKEDA; PELLEGRINI FILHO, 2008).

O mercado de organização de eventos é largamente movido pela realização de sonhos, atendimento de expectativas, vivência de experiências e por isso tornou-se uma importante atividade que deve ser tratada de forma profissional, devendo considerar sempre os objetivos fixados, o número de pessoas que envolve, as expectativas e necessidades que essas pessoas apresentam (MATIAS, 2013, FORTES; SILVA, 2011). Para esse atendimento, diversos aspectos são levados em consideração até alcançar o evento completo, envolvendo serviços prestados quanto ao aluguel do espaço, decoração, iluminação, alimentação, segurança, sendo necessário recorrer a profissionais especializados de empresas da produção de eventos e/ou diretamente a profissionais autônomos.

Nesse contexto, Nogueira et al. (2020) consideravam, em 2020, que os eventos representam um ramo de atividade de enorme importância social e econômica para todos os países, e que estes encontrariam nos próximos anos, um cenário bastante positivo. No entanto, surgiu a pandemia do Novo Coronavírus (SARS-CoV-2) e os eventos passaram a ser produzidos em casa de forma simples com ou sem assessoria profissional remota ou com serviços de entregas.

Assim, diante desse novo cenário, da proibição de eventos e aglomerações e da adesão de novos hábitos de comemoração, o setor de eventos do Brasil registrou prejuízo de R\$ 270 bilhões com a pandemia do Novo Coronavírus entre março e dezembro do ano de 2020. O segmento representa 13% do Produto Interno Bruto brasileiro e tem 60 mil empresas que dependem diretamente da realização de eventos para funcionar, além de 2 milhões de microempresários (KAORU, 2021).

Diante do exposto este relatório de estágio supervisionado obrigatório teve por objetivo traçar o perfil de consumo de festividades domésticas promovidas durante a quarentena da pandemia de COVID-19 visando proporcionar a contribuição na análise de consumo de produto e serviços do mercado de organização de eventos e observar a preferência do público durante esse período.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Geral**

Estudar o perfil de consumo em festividades domésticas durante a quarentena da pandemia de COVID-19.

### **2.2 Específicos**

- Verificar se os participantes realizaram ou não festividades durante a pandemia do COVID-19; qual tipo de festividade e se realizado apenas com familiares e/ou amigos;
- Avaliar o perfil de consumo de produções gastronômicas em festas familiares;
- Avaliar o perfil de aquisição/entrega das produções gastronômicas;
- Caracterizar o público do evento quanto a presença e/ou conectividade com convidados.

### **3 REVISÃO DE LITERATURA**

#### **3.1 Históricos dos eventos**

Os eventos surgiram na Antiguidade e ocorrem até hoje. As primeiras grandes civilizações que realizaram eventos significativos foram a grega e a romana. Na Grécia, surgiram os jogos olímpicos, idealizados para homenagear o deus grego Zeus por volta de 2500 a.C. Os jogos olímpicos reuniam diversas cidades gregas no santuário de Olímpia, do qual se originou o termo “olimpíada”. As cidades gregas se reuniam para disputar algumas competições esportivas e, nesse período, eram selados acordos de cessar-fogo e tréguas entre as cidades que estavam em guerra (MENDONÇA; PEROZIN, 2021).

Os romanos, por sua vez, tinham as Festas Saturnais. Essas festas eram realizadas em honra de Saturno e aconteciam, inicialmente, em um dia. Contudo, o imperador Augusto passou os dias de comemoração para três e, posteriormente, o imperador Calígula decreta quatro dias de festa. Nas Festas Saturnais, os romanos provavelmente celebravam a finalização dos trabalhos no campo. Em dias de festa, as diferenças sociais eram deixadas para trás. Até mesmo os escravos recebiam rações extras e tempo livre (MENDONÇA; PEROZIN, 2021).

Com o passar dos anos e chegando o período da Revolução Industrial grandes mudanças aconteceram na sociedade. Essas mudanças que se processaram refletiram também nos tipos de eventos realizados. Assim, enquanto o período da Idade Média foi marcado por eventos religiosos e comerciais, no período da Revolução Industrial, houve o surgimento dos eventos científicos e técnicos. E para se consolidar definitivamente como atividade econômica e social no século XX, receberam contribuição de outros tipos de evento, como eventos esportivos, feiras de amostras e, principalmente, das exposições universais (COUTINHO, 2010).

A atividade de eventos no Brasil somente tomou impulso após a Segunda Guerra Mundial, mais especificamente a partir da década de 1950, com a organização das classes profissionais e com o desenvolvimento industrial no país que fez acelerar a organização do setor de eventos, causando o surgimento de entidades e associações especializadas para planejar e criar mecanismos de sustentação da atividade no Brasil e no mundo (MATIAS, 2013).

### 3.2 Tipos de eventos de convivência e comemorações

Segundo, Nogueira (2020), os eventos são um segmento do mercado que se desenvolveu muito com o passar do tempo, tornando-se uma ferramenta de desenvolvimento econômico do país e isso é ainda mais perceptível quando é observado os grandes eventos nacionais e internacionais que ocorrem no território brasileiro. Além dos grandes eventos, os de outros portes também possibilitam entretenimento, lazer, negócios e integração, etc.

Os eventos são segmentados de acordo com seus objetivos, e podem ser divididos em grandes áreas de interesse, conforme figura 1.

ÁREA DE INTERESSE	DEFINIÇÃO
ARTÍSTICA	Relaciona-se com representações artísticas como música, dança, teatro, etc.
CIENTÍFICA	Aborda assuntos ligados a pesquisa e desenvolvimento o campo da ciência
CULTURAL	Trata de assuntos ligados à manifestação de aspectos folclóricos de diferentes culturas
CÍVICA	Relaciona-se aos aspectos da pátria e seu contexto histórico
EDUCATIVA	Aborda temas ligados à educação, como técnicas e métodos
LAZER	Relaciona-se a acontecimentos que promovem atividades e entretêm o público
PROMOCIONAL	Busca promover determinado assunto, produto, local, pessoa ou instituição
RELIGIOSA	Desenvolve manifestações para determinada religião ou crença
TURÍSTICA	Relaciona-se à divulgação e promoção do turismo de determinada localidade

**Figura 1:** Classificação dos eventos por área de interesse, segundo Nogueira (2020)

Segundo Lara (2017), os eventos podem ser classificados a partir de seu público, da sua área de interesse, da sua abrangência, e em relação ao número de participantes. Já quanto a sua tipologia os formatos são extremamente variados (Figura 2) e existe um aspecto importante a ser ressaltado que são as uniões de eventos ocorrendo concomitantemente na sombra de um evento maior, como por exemplo, congressos científicos podem possuir paralelamente palestras, cursos e exposições.

TIPOS DE EVENTOS			
Assembleia	Coquetel	<i>Happy hour</i>	<i>Roadshow</i>
Banquete	Curso de curta duração	<i>Garden party</i>	Salão
<i>Brunch</i>	Debate	Jornada	Semana
Concílio	Desfile	Mesa redonda	Simpósio
Conclave	Encontro	Mostra	Videoconferência
Concurso	Entrevista coletiva	Oficina	<i>Workshop</i>
Conferência	Exposição	Palestra	
Congresso	Feiras	Reunião	
Convenção	Fórum	Rodada de negócios	

**Figura 2:** Tipos de eventos, segundo Lara (2017)

Dentre as diversas tipologias apresentadas na figura 2, descritas por Lara (2017), cabem ser destacados os encontros de conveniência que consistem em eventos nos quais um anfitrião reúne pessoas para um momento de descontração, integração ou até mesmo negócios, podendo-se exemplificar os coquetéis, almoços, jantares, banquetes, *brunchs*, dentre outros (COUTINHO, 2010), todos estes envolvendo o consumo de alimentos e momentos à mesa.

É impossível precisar quando o alimento, necessidade humana sempre presente, se transformou em prazer da mesa que é a sensação que advém de várias circunstâncias e fatos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição. É prazer peculiar à espécie humana, pressupõe cuidados com o preparo da refeição, com a arrumação do local onde será servida e com o número e tipo de convivas (FRANCO, 1995).

Assim observa-se que a evolução do homem e dos seus comportamentos sociais, demonstram o interesse em encontros, comemorações, eventos cada vez mais refinados em detalhes, cujas produções gastronômicas se conectam com a temática, identidade ou mesmo padrão comemorativo. De acordo com Pimentel (2004), a gastronomia para eventos tornou-se muito especial e os profissionais da organização de eventos precisaram se adequar às demandas e sofisticções dos cardápios idealizados, sonhados por seus clientes, pois o que realmente agrada aos convidados e aos anfitriões é uma boa comida e bebida adequada, associada, lógico, a todos os itens que compõe o ambiente e a experiência a ser vivida.

É imprescindível considerar também, que além dos aspectos gastronômicos envolvidos, o ambiente onde o evento irá acontecer é um dos mais importantes para a celebração. De acordo com Calino et al. (2014), dentre os recursos mais utilizados na ambientação destacam-se climatização, iluminação, arranjos ornamentais, painéis, toalhas, tapetes, cenários, mastros, dentre outros.

No entanto, dentro de tantas possibilidades disponíveis é preciso ter uma série de cuidados para que os convidados desfrutem de uma experiência singular e esse momento seja sempre lembrado de forma muito positiva. Para isso, o segmento de organização de eventos conta com uma cadeia produtiva vasta para que a decoração do espaço seja o primeiro contato que o convidado tenha com a proposta do evento, criando um ambiente que transmita a identidade visual e obtenha o retorno esperado, considerando o perfil dos convidados, o local do evento, a ornamentação adequada, o ambiente confortável e funcional, a iluminação diferenciada valorizando o cenário e dando destaque a pontos estratégicos. Todos esses itens devem se conectar entre si para que nenhuma falha afete a estrutura do evento (FREESHOP, 2018).

O setor de eventos é tão importante na geração de empregos do Brasil, chegava a gerar mais de 8 milhões de empregos diretos e indiretos, era capaz de movimentar a economia brasileira com algo em torno de R\$250 milhões de reais anuais. E que durante a pandemia do Novo Coronavírus, percebeu-se grandes perdas (PESSOA, 2020)

### **3.3 Impactos da pandemia da COVID-19 em eventos e comemorações**

A epidemia do Novo Coronavírus, começou na China, em dezembro de 2019, e rapidamente se espalhou por todo o mundo. O Brasil identificou a primeira contaminação pelo Novo Coronavírus no final de fevereiro de 2020, com declaração de transmissão comunitária em março do mesmo ano, mês em que também foi registrada a primeira morte pela doença no país (AGÊNCIA BRASIL, 2021).

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) elevou a classificação do Novo Coronavírus (SARS-CoV-2) para pandemia (GOV, 2020). E uma das medidas preventivas mais eficientes adotadas para conter o avanço do Novo Coronavírus foi a recomendação do isolamento social, pois evitava aglomerações de pessoas e com isso a proliferação do vírus. Essa medida foi a que mais afetou o setor de organização de eventos.

Um levantamento realizado pelo SEBRAE em abril de 2020, revela que a pandemia do Coronavírus afetou 98% do setor de eventos. A pesquisa ouviu prestadores de serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas, além de profissionais cujos trabalhos envolvem aluguel de estruturas como palcos, estandes, iluminação, som, bem como serviços de filmagens, produção fotográfica, bufê de festas,

decoreção, assessoria cerimonial, seguranças, transporte, agência e operadora de turismo, entre outros (SEBRAE, 2020)

Após o anúncio da pandemia pela Organização Mundial de Saúde, em março de 2020, foi determinado que o setor deveria ser o primeiro a parar suas atividades e o último a retomar, por ser uma atividade que é sinônimo de aglomeração, o extremo oposto do recomendado nesses tempos. Há um certo consenso, que grandes eventos, como festivais, festas juninas e carnaval, só serão realizados após o fim da pandemia. Ao mesmo tempo, é preciso entender que evento não é apenas show para multidões, ou festas aglomeradas. Mais de 80% dos eventos realizados por ano são de pequeno e médio portes e podem ser promovidos com capacidade reduzida, obedecendo aos protocolos de segurança, da mesma forma como acontece em outras atividades (SCHINDLER, 2021).

No dia 8 de dezembro de 2020, o Reino Unido se tornou o primeiro país do Ocidente a vacinar a população contra o Novo Coronavírus (CNN BRASIL, 2020). Já no Brasil, a campanha de vacinação contra a COVID-19 foi iniciada em janeiro de 2021. Mesmo com a vacinação avançando, o setor de eventos teve que se adequar ao novo cenário, empresas que organizam eventos tiveram que se adaptar e trocar festas grandes por eventos enxutos, porém mais personalizados, com celebrações ao ar livre ou transmissões on-line (MARRA, 2021).

De acordo com Neves (2021), a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (ABRAPE) estima que mais de 350 mil eventos deixaram de ser realizados em 2020 (o número inclui shows, festas, congressos, rodeios, eventos esportivos e sociais, teatro, entre outros), o que fez com que o setor deixasse de faturar ao menos R\$ 90 bilhões. Ainda pode-se destacar que nesse período, 97 em cada 100 empresas não estão trabalhando; cerca de um terço das empresas fechou suas portas definitivamente, e um terço das empresas terá muita dificuldade para reabrir.

A pandemia do Novo Coronavírus forçou o setor de eventos descobrir novas formas de atuar. Após este longo período de isolamento, os especialistas dizem que os eventos sofrerão uma mudança de propósito: o que antes era visto como uma oportunidade de contato social, agora estará muito mais ligado ao lado emocional, experiências que proporcionem prazer, motivação e façam as pessoas sentirem propósitos em suas vidas (HUERTAS, 2021).



## **4 METODOLOGIA**

### **4.1 Caracterizações do estágio**

#### 4.1.1 Descrições do Local

O E.S.O. (Estágio Supervisionado Obrigatório), realizado pelo discente na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), no Campus Sede - Situada na Zona Oeste da cidade do Recife/PE, na Av. Dom Manuel de Medeiros S/N, Dois Irmãos, Recife - PE. O desenvolvimento da pesquisa, desde o início à fase final, foi realizado de forma remota, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Amanda de Moraes Oliveira Siqueira.

#### 4.1.2 Períodos de Estágio

O estágio foi realizado no período de 17/08/2020 e 04/11/2020, com jornada diária de 6h, sendo realizado de segunda à sábado, cumprindo assim as 360 horas da carga horária determinada pelo CEPE/UFRPE na RESOLUÇÃO N° 678/2008, obedecendo também a regulamentação presente na RESOLUÇÃO N° 085/2020 CEPE/UFRPE, formulada em caráter excepcional, que oferece unidades curriculares e outras atividades acadêmicas no Período Letivo Excepcional (PLE), no formato remoto, para os cursos de graduação na Universidade Federal Rural de Pernambuco, em detrimento da suspensão das atividades presenciais devido à pandemia do COVID-19.

#### 4.1.3 Planos de Atividades

- Criação e validação do instrumento de coleta
- Levantamento de dados coletados através do *Google Forms*.
- Interpretação e discussão de resultados obtidos.
- Escrita do Relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório

### **4.2 Coleta de dados para pesquisa**

Os dados foram coletados através de um questionário online, contendo 27 questões, dividido por seções:

1. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
2. Ocorrência de comemoração em casa
3. Perfil do consumidor

#### 4. Perfil da festividade na quarentena

O questionário foi produzido na plataforma do *Google Forms*. O recrutamento de participantes (n=221) foi feito durante 15 dias (27 de agosto de 2020 até 10 de setembro de 2020) através da divulgação do link do formulário em redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram, Telegram e E-mail).

Ao concordarem em participar e consentirem de forma livre e esclarecida, 104 participantes válidos (apenas os que promoveram festividade) seguiram para as questões sobre o “perfil do consumidor” e “perfil da festividade na quarentena”.

Os dados coletados através dos questionários foram analisados através da estatística descritiva disponibilizada pela plataforma do *Google Forms*, e quando aplicável foram tratados no software *Excel for windows*. Os resultados tratados foram apresentados em tabelas ou gráficos.

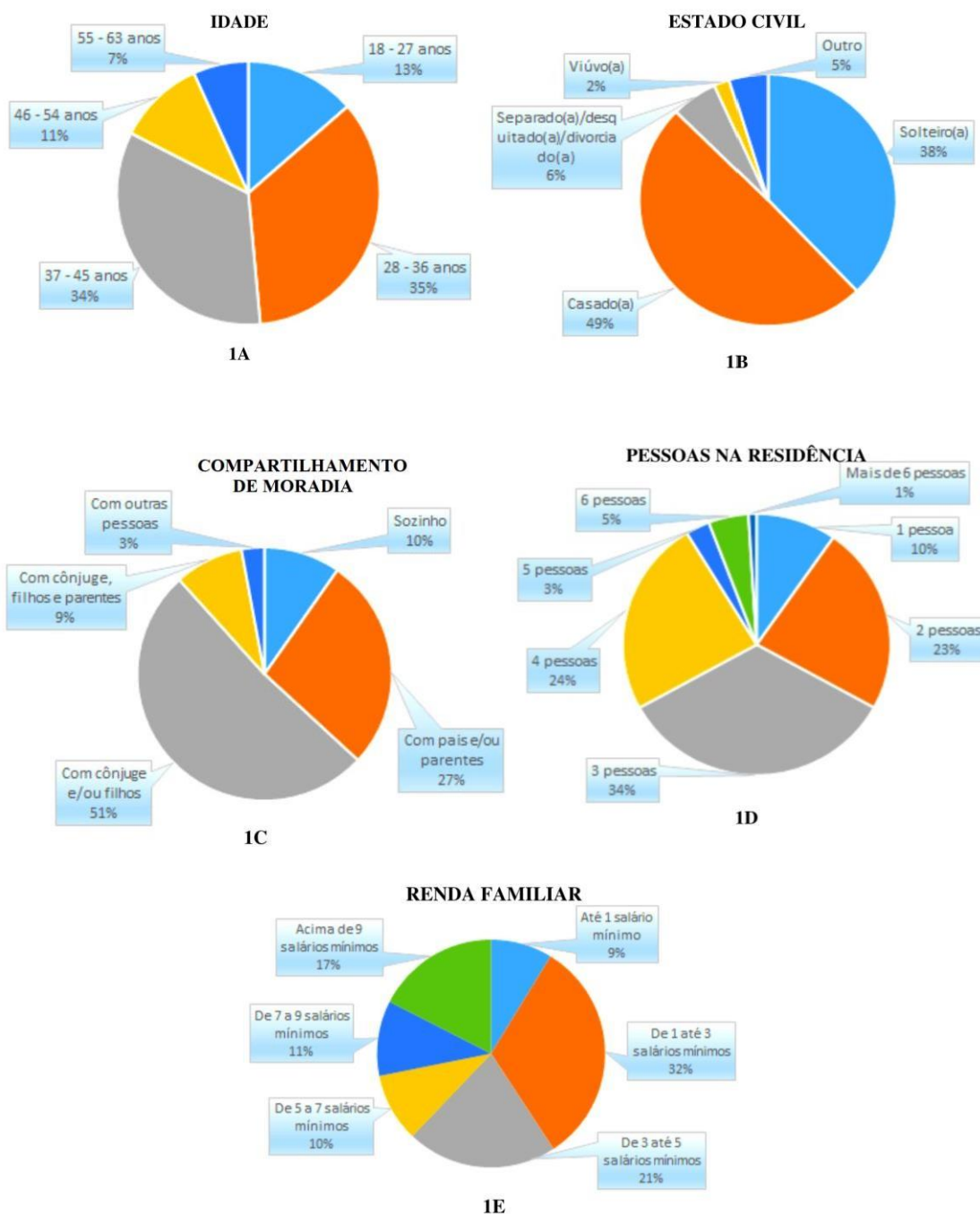
## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Brasil é conhecido por seus eventos e suas festas, de janeiro a dezembro, com programações diversas. Podem ser exemplificadas as mais variadas áreas de interesse de comemorações e promoções de eventos, dentre elas os eventos sociais, as festas religiosas, festas regionais, eventos institucionais, eventos comerciais, entre tantos. No entanto, diante do panorama mundial da pandemia de COVID-19, os eventos passaram a ser contraindicados, pela necessidade do distanciamento social e das restrições no convívio social, sendo este um dos setores mais prejudicados pela pandemia de COVID-19. Com as medidas de isolamento social – recomendadas pela OMS para conter o avanço da doença – shows, feiras, festivais e eventos esportivos tiveram que ser adiados ou cancelados (OLIVEIRA, 2020).

Assim, considerando as dificuldades enfrentadas pelas pessoas em promover eventos e comemorações, esta pesquisa traçou o perfil de consumo em festividades domésticas promovidas durante a pandemia de COVID-19 visando proporcionar a contribuição na análise de consumo de produtos e serviços do mercado de organização de eventos.

Nesta pesquisa, dos participantes que concordaram em participar (n=221) quando questionados quanto a “ocorrência de comemoração em casa” durante a pandemia de COVID-19, 53,3% (n=117) das pessoas responderam que “não havia feito comemoração” e estes foram conduzidos ao final da pesquisa, sendo selecionados apenas os participantes que promoveram festividade (n=104), que seguiram para as questões sobre o “perfil do consumidor” e “perfil da festividade na quarentena”.

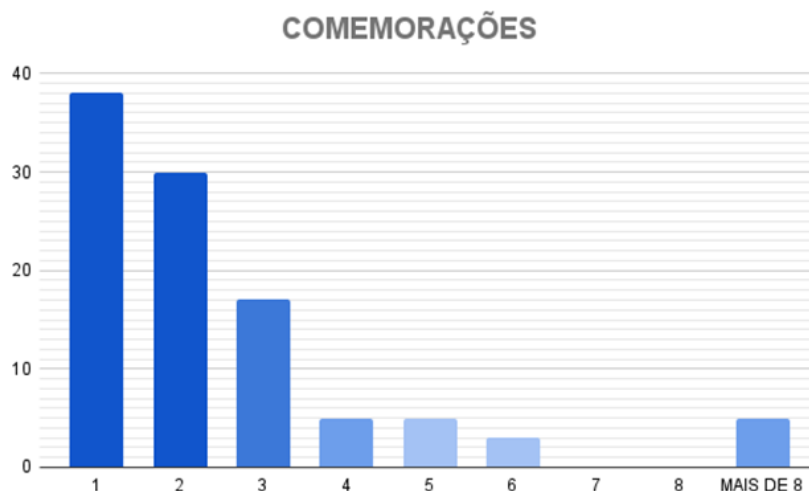
Os resultados mostram que quanto ao perfil socioeconômico do público participante desta pesquisa (n=104), a maior parte era composta por adultos com idade entre 18 e 61 anos (Figura 1A), casados (Figura 1B), que moravam com o cônjuge e/ou filhos (Figura 1C), com a família composta em média por 3 pessoas (Figura 1D) e renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (Figura 1E). Os participantes na sua maioria residiam na região metropolitana de Recife-PE (62% de Recife; 10,7% de Camaragibe; 8,7% de Olinda; 5,8% de Paulista e 12,8% de outras localidades).



**Figura 1:** Distribuição percentual por faixa de idade (1A), declaração de estado civil (1B), compartilhamento de moradia (1C), número de moradores na residência (1D) e renda familiar (1E) dos participantes da pesquisa (n= 104) que promoveram festividades domésticas durante a quarentena da Pandemia de COVID-19. Fonte: Autoria própria

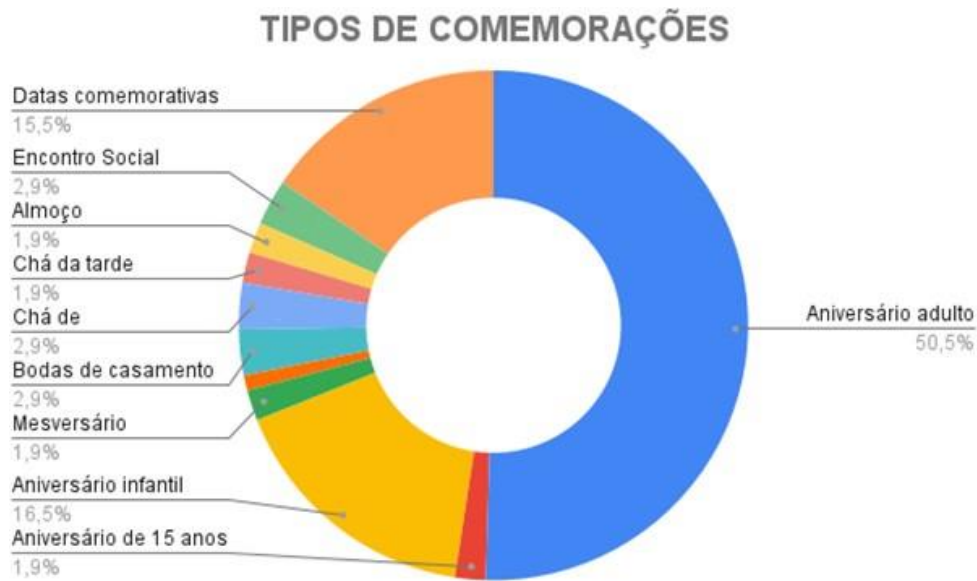
As pessoas participantes afirmaram ter promovido de uma (36,2%), duas (28,6%) ou até três (17,1%) comemorações neste período (Figura 2), sendo os aniversários adulto

(63,8%) e infantil (21,9%), e as datas comemorativas (páscoa, festa junina, dia das mães, dia dos pais) os principais motivos para tal momento de festividade (Figura 3).



**Figura 2:** Distribuição percentual por quantidade de eventos/comemorações promovidas pelos participantes da pesquisa (n= 104) durante a quarentena da Pandemia de COVID-19.  
Fonte: Autoria própria

De acordo com Lopes (s.d), as festas em família (datas comemorativas) podem ser tradições sociais, como datas compartilhadas por todos na cidade, estado ou nação, em que todos comemoram pelo mesmo motivo, seja ele civil ou religioso. Além disso, cada família cria suas próprias tradições, comemorações de aniversários de nascimento e de casamento, festas temáticas, etc. É importante ressaltar as particularidades que cada família confere ao ritual. Em alguns lares, por exemplo, o Natal é comemorado com um jantar, em outros, com música e danças, em outros ainda, com orações e preces. A festa de ano novo, por exemplo, pode ser comemorado em casa ou numa viagem familiar. Isso quer dizer que a simbologia da data, por mais socialmente compartilhada que seja, ganha sentidos diferenciados em cada família.



**Figura 3:** Distribuição percentual por tipos de comemorações promovidas pelos participantes da pesquisa (n= 104) que promoveram festividades domésticas durante a quarentena da Pandemia de COVID-19. Fonte: Autoria própria

No contexto da pandemia de COVID-19 observou-se que os mais diversos tipos de eventos, fossem esses comerciais, institucionais ou sociais, tiveram seu planejamento e execução adiados.

Considerando que todo e qualquer evento necessita de público e normalmente promove aglomerações de pessoas, esta prática foi considerada como ação de insegurança sanitária. Mesmo assim, entre os participantes dessa pesquisa, 56,2% relataram a presença de familiares que não residiam na casa, 28,6% amigos e colegas de trabalho e apenas 29,5% destes eventos foram realizados sem a recepção de convidados.

De acordo com Campos (2020), por conta de muitos infectados não apresentarem sintomas da doença, as aglomerações mesmo com quantidades razoáveis de pessoas em alguns eventos particulares, geraram novos casos de contágio do COVID-19.

Uma nova realidade nestas situações foram os convidados virtuais, maneira encontrada para manter o contato de forma segura, onde através da utilização de plataformas de webconferência possibilitou-se a participação de pessoas queridas nestas datas sem a necessidade da presencialidade. Seguindo essa nova tendência, 52,4% das pessoas tiveram a oportunidade de receber virtualmente entre 100 e 200 convidados em alguma ocasião comemorativa, o que demonstra um número bastante expressivo, e que

em outro cenário, teríamos uma certa dificuldade em atender a logística para esse número elevado de pessoas.

Um dos novos produtos em tempos de pandemia é o evento híbrido que combina atividades presenciais com público reduzido, e com transmissão ao vivo para milhares de pessoas. O formato é uma tendência e transforma a interação do público, não mais em grandes auditórios, mas acomodado em estúdios e salas menores, com todo o protocolo de segurança contra o Novo Coronavírus. A transmissão ao vivo permite que se participe remotamente de palestras, conferências, debates e mesas redondas sem sair de casa ou do escritório (PORTAL HORTOLÂNDIA, 2020).

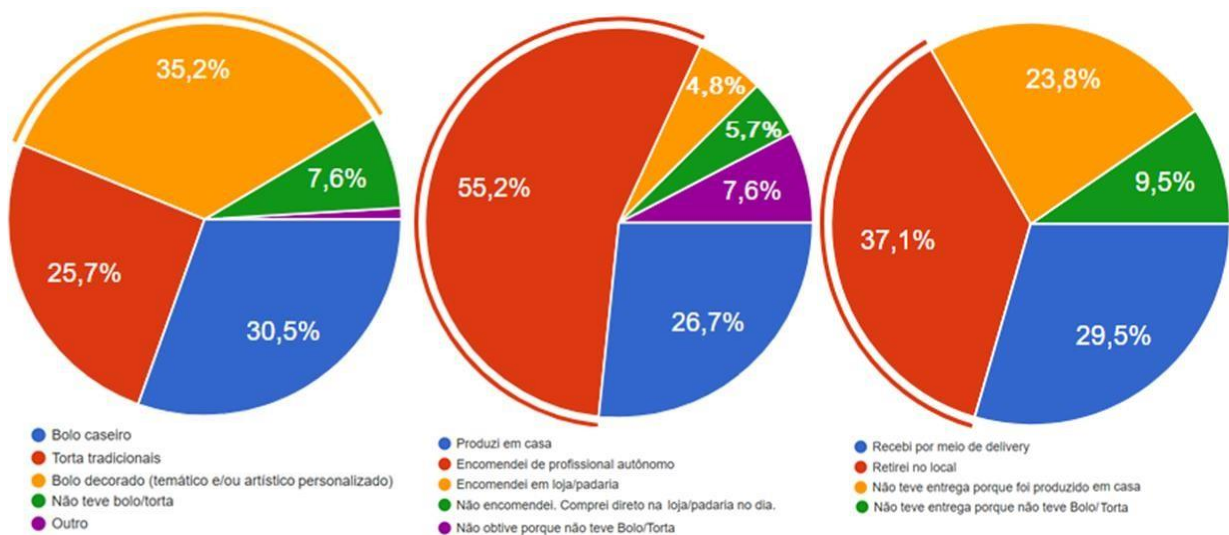
Outra vantagem do formato híbrido é sua capacidade para atender de pequenos a grandes eventos. A infraestrutura dedicada a esse formato permite se adequar ao número de participantes e às necessidades de cada evento. Esses eventos repercutiram e continuam repercutindo de forma geral sobre vários segmentos de mercado associado às organizações de eventos, tais como: hotelaria, transportes aéreos e terrestres, serviços de alimentação, decoração, montagens de estruturas, segurança e tantos outros que participam dessa cadeia produtiva. Deve-se considerar, que mesmo seguindo protocolos de segurança, muitos eventos serão reconduzidos a versões on-line e/ou híbrida por serem considerados menos onerosos, o que certamente repercutirá em toda a cadeia produtiva do ramo, incluindo o segmento gastronômico que dá apoio a muitos eventos (CROSSHOST, 2021).

Pesquisa do Sebrae, em parceria com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) e a União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE), realizada entre 14 e 22 de abril de 2020, mostra que a pandemia impactou 98% das empresas do segmento (SEBRAE, 2020). A área de organização de eventos foi uma das mais afetadas durante a pandemia, afinal, o segmento abrange nada menos que 70 setores da economia e movimenta anualmente R\$ 210 bilhões de faturamento, gerando cerca de R\$ 48 bilhões em impostos, representando 4,32% do PIB do Brasil (CROSSHOST, 2021).

O segmento gastronômico voltado para os eventos também foi penalizado diante da situação de proibição de eventos presenciais. Quando falamos em eventos comemorativos, as comidas e as bebidas são um capítulo à parte na organização de um evento e ganham destaque no seu planejamento.

Entendendo esse aspecto e as dificuldades encontradas para a aquisição dos alimentos com segurança durante a pandemia, os participantes desta pesquisa foram indagados sobre alguns pontos relacionados à aquisição destes itens. Foi constatado que

35,2% dos eventos contaram com bolos decorados, 30,5% contaram com bolos caseiros e 25,7% com tortas tradicionais. Um contingente de 60% dos participantes encomendou a profissionais autônomos ou adquiriu em estabelecimentos como padarias, supermercados e 37,1% foram retirados no próprio local.

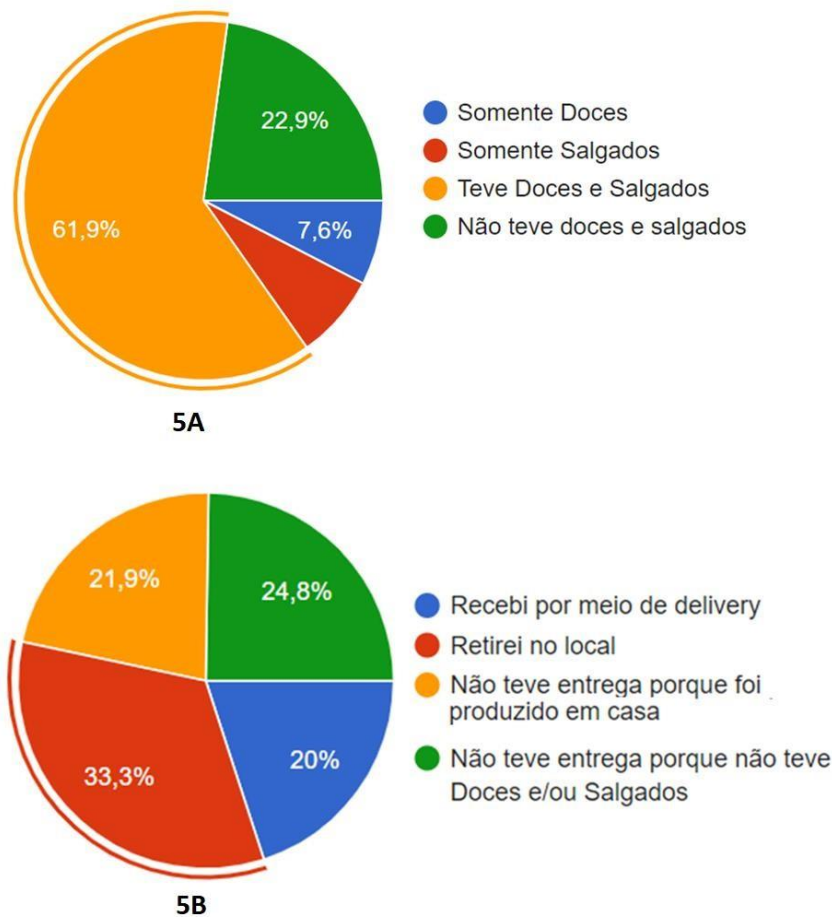


**Figura 4:** Distribuição percentual do perfil do bolo da comemoração (4A), forma de obtenção do bolo (4B) e serviço de entrega do bolo (4C), nas comemorações promovidas pelos participantes da pesquisa (n= 104) durante a quarentena da Pandemia de COVID-19, 2020. Fonte: Autoria própria

“Não existe festa sem bolo”. Essa afirmação dá a dimensão da importância desse item para todo tipo de celebração. O bolo é a estrela maior dos aniversários, mas também pode se destacar em outros eventos, servindo como elemento de decoração e incrementando o cardápio a ser servido para os convidados (DIÁRIO DO NORDESTE, 2020).

Quanto aos salgados e doces, estes se fizeram presentes em 61,9% das comemorações, adquiridos por encomenda (22,9%) ou produzidos em casa (19%) e retirados no local de produção por 33,3% das pessoas.





**Figura 5:** Distribuição percentual da presença ou ausência de doces e salgados (5A) e serviço de entrega dos doces e salgados (5B), nas comemorações promovidas pelos participantes da pesquisa (n= 104) durante a quarentena da Pandemia de COVID-19. Fonte: Autoria própria

Com novos costumes e valores, as pessoas têm realizado as celebrações em casa, de forma mais intimista, com poucos convidados e, ao mesmo tempo, com cuidado e carinho para gerar mais memória afetiva. Foi comum encontrar nas pesquisas o modelo designado como “festa na caixa”. Um tipo de festa que virou tendência nessa pandemia, é a festa na caixa. Ao contrário de um grande evento, com muitos convidados, a proposta da “festa na caixa” é uma comemoração mais intimista, que pode reunir de duas a quatro pessoas. A ideia é oferecer, dentro de uma única caixa, tudo o que uma festa tem direito: bolo, doces, salgadinhos, bebidas e até itens de decoração, como numa cesta de café da manhã. Em tempos de pandemia, as festas na caixa têm sido utilizadas para celebrar aniversários de crianças e adultos, festas de casamento, além de outras datas importantes, a exemplo do Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Dia das Mães, entre outras. O kit é

montado de acordo com o gosto da pessoa, o tipo de celebração e a quantidade de participantes (ABACASA, 2020)

Sabendo dos riscos envolvidos na aquisição de alimentos durante esse período, os participantes tiveram a oportunidade de expressar a sua percepção de segurança no momento do recebimento destes gêneros. Destes, 41,9% não utilizaram serviço de entrega e 39% afirmaram que ao utilizar constataram que o funcionário responsável pelo serviço estava em concordância com as normas de segurança preconizadas pelos órgãos de saúde, a fim de reduzir os riscos de transmissão do Coronavírus, tais como, o uso de máscara, do álcool em gel nas mãos e superfícies e a manutenção do distanciamento social.

Sendo assim, podemos concluir que mesmo durante a pandemia as comemorações se fizeram presentes em grande parte da população e muitas delas com a presença de convidados presenciais e/ou virtuais, o que possibilitou, mesmo durante essa nova realidade, a confraternização em momentos importantes entre pessoas queridas. Além disso, a produção ou a encomenda de produtos gastronômicos também foi outro ponto de grande importância nestas datas comemorativas, considerando que os bolos, doces e salgados, sejam eles preparados em casa ou adquiridos através de terceiros, acompanharam a maior parte das famílias em suas festividades.

## 6 CONCLUSÕES

Através dos dados coletados para a realização deste trabalho, verificou-se que mesmo em meio ao isolamento social, houve festividade familiar pelo menos uma vez durante a pandemia do Novo Coronavírus. E a festa mais realizada foi a de aniversário adulto. Embora que algumas famílias, não deixaram de festejar datas comemorativas, como por exemplo: dia das mães. Dos entrevistados, os que realizaram festas, eram casados e tinham renda familiar entre 1 a 3 salários mínimos.

Mesmo que as entregas seguissem normas de segurança para estes serviços, como o uso de máscara, álcool em gel, distanciamento na hora da entrega, as pessoas preferiram ir no local buscar as suas encomendas. Poucos foram os que confeccionaram o seu próprio bolo, doces e salgados que foram encomendados por autônomos.

A maior parte dessas comemorações realizadas foi de natureza social. Vale ressaltar que nenhum dos participantes citou festividades corporativas, embora que neste período, muitas empresas não funcionaram. Apesar disso, mesmo com sérias restrições de quarentena decretada, as pessoas realizaram festas em família e fizeram importantes contribuições de consumo nas áreas de confeitaria e pastelaria.

## REFERÊNCIAS

ABCASA. **Festa na caixa ganha espaço em meio à pandemia.** ABCASA. 2020. Disponível em: <https://abcasa.org.br/festa-na-caixa-ganha-espaco-em-meio-a-pandemia/>. Acesso em: 2 nov. 2021.

AGÊNCIA BRASIL. **Primeiro caso de covid-19 no Brasil completa um ano:** Linha do tempo mostra enfrentamento da pandemia no país. Agência Brasil. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-completa-um-ano>. Acesso em: 30 nov. 2021.

CNN BRASIL. **Veja quais países iniciaram a vacinação contra a Covid-19; Brasil está fora:** Confira o progresso da vacinação contra a Covid-19 no mundo. CNN BRASIL. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/quais-os-paises-que-ja-comecaram-a-vacinacao-contra-a-covid-19/>. Acesso em: 30 nov. 2021.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados.** São Paulo: Cortez, 1980.

CALINO, Carolinne Fortini Dias Rodrigues *et al.* O Evento como Ferramenta de Atração e Retenção de Clientes no Setor Gastronômico. *In: SEGET SIMPÓSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA*, n. XI. 2014. 2014.

CAMPOS, C. **Casamento na Bahia vira foco do coronavírus.** NOTÍCIAS UOL. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/03/12/casamento-na-bahia-vira-foco-do-coronavirus.htm>. Acesso em: 1 dez. 2021.

COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos** / Helen Rita Menezes Coutinho. – Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

CROSS HOST. **O real impacto da pandemia no setor de eventos [panorâma 2021].** CROSS HOST. 2021. Disponível em: <https://www.crosshost.com.br/eventos-online/o-real-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos/>. Acesso em: 29 nov. 2021.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Bolo é o item principal da festa:** Veja dicas para escolher e encomendar esse elemento fundamental para qualquer tipo de celebração. DIÁRIO DO NORDESTE. 2020. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/projetos/eventos/bolo-e-o-item-principal-da-festa-1.2237775>. Acesso em: 5 dez. 2021.

FORTES, Waldir Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução.** São Paulo: Summus, 2011.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet; uma história da gastronomia.** Ariovaldo Franco. Brasília. Thesaurus, 1995.

FREE SHOP PORTAL DE BRINDES. **DECORAÇÃO PARA EVENTOS CORPORATIVOS: COMO ESCOLHER?** Freeshop. 2018. Disponível em: <https://www.freeshop.com.br/blog/decoracao-para-eventos-corporativos-como-escolher/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

GOMES, N. C. **Planejamento de Eventos.** Porto Alegre: Grupo A, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900681/>. Acesso em: 17 Jun 2021

GOMES, N. C. **Planejamento de Eventos.** Porto Alegre: Grupo A, 2020. 9786556900681. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900681/>. Acesso em: 29 Apr 2021

GOVERNO DO BRASIL. **OMS classifica coronavírus como pandemia:** Infecção atinge pacientes em todos os continentes do mundo. Brasil é protagonista na resposta à doença. GOV.BR. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/03/oms-classifica-coronavirus-como-pandemia#:~:text=A%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20Mundial%20da%20Sa%C3%BAde,foram%20infectadas%20em%2011%20pa%C3%ADses>. Acesso em: 8 set. 2021.

IKEDA, Alberto Tsuyoshi; PELLEGRINI FILHO, Américo. **Celebrações populares: do sagrado ao profano**. In: CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM EDUCAÇÃO E AÇÃO COMUNITÁRIA. **Terra Paulista: Histórias, artes, costumes, v. 3, Manifestações artísticas e celebrações populares no Estado de São Paulo**. São Paulo: Imprensa Oficial; CENPEC, 2008, p.207.

LARA, Larissa Mongruel Martins de. **Tipologia de eventos/ Larissa Mongruel Martins de Lara**. Ponta Grossa: UEPG/NUTEAD, 2017.

LOPES, Patrícia. "**Festas em Família: os rituais de celebração da vida familiar**"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/psicologia/festas-familia.htm>. Acesso em 26 de novembro de 2021.

MARRA, Rennan. **Casamentos da pandemia têm festa na casa dos noivos e até rodízio de convidados**: Novos enlaces têm transmissões online, preferência pelo ar livre e prenda por infração sanitária. Folha Uol. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2021/04/casamentos-da-pandemia-tem-festa-na-casa-dos-noivos-e-ate-rodizio-de-convidados.shtml>. Acesso em: 30 nov. 2021.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. Barueri,SP: Editora Manole, 2013. 9788520449028. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520449028/>. Acesso em: 23 set. 2021.

MENDONÇA, M.J.A.; PEROZIN, J.G.P.A. **Planejamento e Organização de Eventos**. São Paulo: Editora Saraiva, 2014. 9788536511030. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536511030/>. Acesso em: 01 May 2021

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Como é transmitido?** Vírus pode ser transmitido durante um aperto de mão (seguido do toque nos olhos, nariz ou boca), por meio da tosse, espirro

e gotículas respiratórias contendo o vírus. MINISTÉRIO DA SAÚDE. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/como-e-transmitido>. Acesso em: 29 nov. 2021.

NEVES, Marília. **A crise do entretenimento na pandemia: 350 mil eventos adiados ou cancelados e R\$ 90 bilhões 'perdidos'**: Parados há quase um ano, produtores dizem que lives, drive-in e outras iniciativas não impediram que empresas 'ficassem no vermelho'. Executivos analisam crise e arriscam soluções. G1 GLOBO. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/02/17/a-crise-do-entretenimento-na-pandemia-350-mil-eventos-adiados-ou-cancelados-e-r-90-milhoes-perdidos.ghtml>  
Acesso em: 30 nov. 2021.

HUERTAS, Carolina. **O futuro da experiência no cenário pós-pandemia**: Após isolamento, especialistas projetam eventos com mudança de propósito, muito mais ligados ao lado emocional do que ao contato social. Meio & Mensagem. 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2021/04/15/o-futuro-da-experiencia-no-cenario-pos-pandemia.html>. Acesso em: 6 dez. 2021.

MEDEIROS, Amanda. **Como será a nova realidade dos eventos no Brasil?** Possível retomada das atividades presenciais no pós-pandemia gera expectativas. Consumidor Moderno. 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/07/22/nova-realidade-eventos-brasil/>. Acesso em: 2 nov. 2021.

NOGUEIRA, C. G.; Júnior, S. C.; Lima, R.M. D.; al., E. **Planejamento de Eventos**. Porto Alegre: Grupo A, 2020. 9786556900681. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900681/>. Acesso em: 2021 set. 08.

NOGUEIRA, C.G.; CZAJKOWSKI JÚNIOR, S.; LIMA, R.M.; ROSSI, J.C.; COSTA, L.A.S.; SILVA, N.B.X.; et al. **Planejamento de Eventos**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. 233p.

NOGUEIRA, Camila G.; JÚNIOR, Sérgio C.; LIMA, Rosineide Maria. D.; et al.

**Planejamento de Eventos. Porto Alegre: Grupo A, 2020. 9786556900681.** Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900681/>. Acesso em: 19 out. 2021.

OLIVEIRA, Felipe. **Pandemia no mercado de eventos: “Foi o primeiro a parar e deve ser o último a voltar”**. #trendings. 2020. Disponível em: <https://trendings.com.br/negocios/impactos-da-pandemia-no-mercado-de-eventos-foi-o-primeiro-a-parar-e-deve-ser-o-ultimo-a-voltar/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

PESSOA, Marco. **A Importância da retomada no setor de eventos para o mundo corporativo**. MUNDORH. Disponível em: <https://www.mundorh.com.br/a-importancia-da-retomada-no-setor-de-eventos-para-o-mundo-corporativo/>. Acesso em: 1 dez. 2021.

PIMENTEL, Flávio José de Melo. **Gastronomia para eventos: Cardápios para megaeventos**. Brasília, 2004 Monografia (Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

PORTAL HORTOLÂNDIA. **Modelo Híbrido É Tendência No Mercado De Eventos Pós-Pandemia**. PORTAL HORTOLÂNDIA. 2020. Disponível em: <https://portalthortolandia.com.br/noticias/nossa-regiao/modelo-hibrido-e-tendencia-no-mercado-de-eventos-pos-pandemia-87297/>. Acesso em: 9 nov. 2021.

ROSA, Maria Cristina (org). **Festa, lazer e cultura**. Campinas: Papirus, 2002.

SCHINDLER, Helaine. **Perspectivas para o setor de eventos 2021: sobreviver!** Baianabusiness. 2021. Disponível em: <https://baianabusiness.com.br/perspectivas-para-o-setor-de-eventos-2021-sobreviver/>. Acesso em: 30 nov. 2021.

SEBRAE. **Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos**: Pesquisa realizada pelo Sebrae mostra como a crise tem afetado o segmento. Saiba mais sobre o reflexo da pandemia nas atividades econômicas. SEBRAE. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em:



**SEBRAE. Pesquisa mostra que pandemia do coronavírus afetou 98% do setor de eventos:** Levantamento feito pelo Sebrae, em abril, aponta que, apesar da crise, maior parte do segmento não pretende realizar demissões nos próximos meses e busca soluções para a crise. ASN AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. 2020. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-mostra-que-pandemia-do-coronavirus-afetou-98-do-setor-de-eventos,69a7d29365ac1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 2 dez. 2021.