

CONHECENDO O CAMPO SOBRE FOOD EXPERIENCE: Uma revisão bibliométrica dos últimos 20 anos na base Web of Science.

LAURA DE OLIVEIRA CARDOSO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

ANA LUÍZA SILVA NORONHA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

FREDERICO LEOCÁDIO FERREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

JULIANA MARIA MAGALHÃES CHRISTINO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

CONHECENDO O CAMPO SOBRE FOOD EXPERIENCE: Uma revisão bibliométrica dos últimos 20 anos na base Web of Science.

Introdução

A prática de comer fora de casa reflete valores sociais e culturais de cada indivíduo, ademais, a escolha dos estabelecimentos gastronômicos está diretamente ligada à questões como status, poder aquisitivo e estilo de vida (Gândara, 2009). Portanto, diversos fatores tangíveis e intangíveis influenciam nas preferências do consumidor sobre qual restaurante frequentar, e as experiências fornecidas por esses estabelecimentos é denominado “food experience”.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O objetivo dessa pesquisa é realizar uma revisão bibliométrica sobre “food experience” por meio da ferramenta Citespace, dos artigos publicados no intervalo de 1999 à 2019, focando na análise do volume de publicações, autores, journals e clusters mais relevantes, países onde as pesquisas se concentram e principais segmentos que estudam esse tema.

Fundamentação Teórica

“Food experience”, ou experiência gastronômica, pode ser definida em cinco pontos: o produto principal, o interior do restaurante, as relações sociais pessoais, a companhia e a atmosfera (Hansen et al. 2005). A junção desses elementos é responsável por criar momentos positivos, negativos, ou até mesmo neutros para os consumidores (Gregorash, 2017). É fundamental que uma organização esteja ciente da sua relação com o valor simbólico que ela representa, (Schifferstein, 2015) para que assim seja possível se adequar aos anseios de seus clientes, mantendo-se atualizada e em constante evolução.

Discussão

A partir das filtragens realizadas para o mapeamento bibliométrico foram selecionados 187 artigos. Em relação ao volume e tendências temporais, o ano de 2018 obteve o maior pico de publicações (28). Os autores de maior destaque do tema “food experience” foram SooCheong Jang e Lydia Hanks. As principais palavras-chaves identificadas foram impacto, qualidade e consumo. Os artigos analisados foram divididos em 25 categorias, das quais Management e Environmental Sciences & Ecology foram as mais centrais. Os países com maior frequência de artigos indexados foram Estados Unidos e China.

Conclusão

A revisão bibliométrica evidenciou uma grande frequência de pesquisas sobre o tema advindas dos Estados Unidos da América e China. Obteve-se como as categorias mais frequentes: Ciências Sociais, Turismo e Administração como temas mais utilizados nas publicações sobre o tema na base de dados do Web of Science. Como destaque, os temas que abordaram a qualidade, satisfação e impacto sobre a experiência gastronômica obtiveram maior frequência e destaque acadêmico. No ano de 2018 ocorreu um aumento gradativo de publicações acerca do food experience, o que indica uma contemporaneidade do tema.

Referências Bibliográficas

GÂNDARA, J. “Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos”. Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas, (2009). GREGORASH B. “The modern Canadian restaurant: food for thought”, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, (2017). SCHIFFERSTEIN, H. “Employing consumer research for creating new and engaging food experiences in a changing world”, Current Opinion in Food Science, (2015). HANSEN K. et al “The Meal Experiences of á la Carte Restaurant Customers”, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, (2005).