

TAL 797 – SEMINÁRIO

08/07/2020

EMOÇÕES: CONCEITOS E MÉTODOS DE AVALIAÇÃO

Aluno: Ana Alice da Silva Xavier Costa – Doutoranda DTA/UFV

Orientador: Dra. Valéria Paula Rodrigues Minim – Professora DTA/UFV

Embora o debate sobre emoção seja mais antigo, os últimos 40 anos foram marcantes para o estudo das emoções. Desde a década de 1980, houve uma explosão do estudos científicos que desencadeou vários debates integrativos e interdisciplinares. Porém, o estudo das emoções associadas a alimentos é mais recente. Praticamente não haviam publicações neste sentido antes de 2008. Isso possivelmente se deve porque vários autores renomados da área de pesquisa sensorial e estudos com consumidores concluíram que somente a aceitação, principal medida usada para entender a preferência e comportamento do consumidor até então, não é suficiente para expressar a experiência do consumidor, visto que muitas associações que os consumidores atribuem a um produto tem conotações emocionais. Desta forma, este seminário vem apresentar o tema da emoção como parte do estudo do consumidor de alimentos, bem como mostrar as diferentes formas de se avaliar estas emoções: com uso de métodos explícitos como questionários ou métodos implícitos, baseados na neurociência. Para isto serão apresentados artigos relevantes e atuais para o tema em debate.

Referências bibliográficas:

ARES, G., JAEGER, S. R. (2017). **A comparison of five methodological variants of emoji questionnaires for measuring product elicited emotional associations: An application with seafood among Chinese consumers.** Food Research International, 99, 216–228p.

COPPIN, G., SANDERS, D. (2016) **Theoretical Approaches to Emotion and Its Measurement.** In Herbert Meiselman (ed.), Emotion Measurement, Woodhead Publishing, DOI: 10.1016/B978-0-08-100508-8.00028-X.

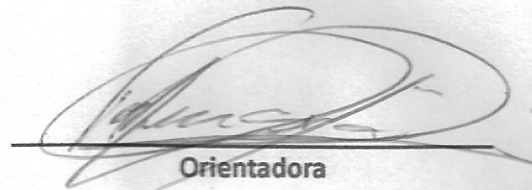
GOFF, G., DELARUE, J. (2017) **Non-verbal evaluation of acceptance of insect-based products using a simple and holistic analysis of facial expressions.** Food Quality and Preference, 56, 285–293p.

SCHERER, K.R. (2005) **What are emotions? And how can they be measured?** Social Science Information & SAGE Publications, DOI: 10.1177/0539018405058216.

SCHIFFERSTEIN, H.N.J., DESMET, P.M.A. (2010) **Hedonic asymmetry in emotional responses to consumer products.** Food Quality and Preference 21, 1100–1104p.

Anna Luíceda S. X. Costa

Aluna



Orientadora

Prof. Valéria Paula Rodrigues Minim
Matrícula: 7500-8 DTA-UFV