

FOOD TRUCK: UMA ANÁLISE PRELIMINAR DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA ENCONTRADA NO GOOGLE SCHOLAR

Ana Maria Goes

Maria do Rosário R. Salles

RESUMO: Este artigo tem como objetivo apresentar os resultados preliminares de um levantamento dos artigos relacionados ao tema *food truck* na base de dados *Google Scholar*. Adotou-se como método a pesquisa exploratória qualitativa, com análise de conteúdo tendo como foco a palavra de busca “*food truck*”, além da pesquisa bibliográfica. Os resultados encontrados apontam para uma lacuna a respeito do estudo do tema, o que pode ser considerado surpreendente já que o mercado dos *food trucks* tem crescido a passos largos nos últimos anos nos Estados Unidos e mais recentemente no Brasil. Assim, esta análise preliminar aponta para a necessidade do desenvolvimento de novas pesquisas sobre o assunto.

Palavras-chave: *Food truck*; Produção Científica; *Google Scholar*.

ABSTRACT: The main objective of this article is to introduce the outcome of Google Scholar article research on Food Truck. The method of this research is a exploratory qualitative , analyzing the contents where the key word search is “ Food Truck “, besides the bibliographic research, the outcome shows a gap of this area of “Food Truck” in particular. Which is considered surprising as the Food Truck market has been growing significant over the past few years on the USA and recently in Brazil as well. This article shows there's a need for more research on this subject of “Food Trucks”.

Keywords: Food Truck; Scientific Production; Google Scholar.

INTRODUÇÃO

Embora a venda de comida de rua seja uma atividade comercial bastante antiga, esse modelo começou a sofrer inovações a partir da primeira metade do século XXI, com a modalidade de comércio denominada *food truck*¹ (SEBRAE, 2014).

No Brasil, esse modelo de negócio recebeu um impulso definitivo a partir de 2013 quando alguns municípios passaram a ter leis para regulamentar a atividade.

Os números publicados pela Associação Nacional de Restaurantes dos Estados Unidos da América apontam para a importância econômica desse tipo de

¹ Pode-se definir *food truck* como uma cozinha móvel, de dimensões pequenas, sobre rodas, e que transporta e vende alimentos, de forma itinerante (Sebrae, 2014).

negócio: em 2014, estima-se que o setor movimentou 70 milhões de dólares, apenas naquele país.

O levantamento bibliográfico é etapa fundamental para o desenvolvimento de uma pesquisa e para a produção de novos conhecimentos, além disso, cabe aos pesquisadores ajudar a compreender novos fatos que impactam a realidade atual. Com este entendimento, este estudo procurou levantar todos os artigos científicos produzidos sobre o tema “*food truck*”, disponíveis nas bases *Google Scholar*, em português e inglês, e apresentar uma análise preliminar sobre o que foi encontrado.

Buscando apresentar os resultados obtidos, esse artigo segue uma sequência lógica, que se inicia por esta seção de caráter introdutório, seguido pela revisão de literatura, apresentação da metodologia científica, os resultados propriamente ditos da pesquisa e as considerações finais que evidenciam a quase inexistência de estudos sobre o tema e indicam a necessidade de desenvolvimento de pesquisas sobre o assunto.

DA COMIDA DE RUA AO *FOOD TRUCK*: REVISÃO DE LITERATURA

Os *food trucks* se tornaram uma tendência no cenário de comida de rua no Brasil, principalmente após a aprovação, em 26 de dezembro de 2013, do projeto sobre Comida de Rua na cidade de São Paulo, que deu origem à Lei Municipal no. 15.947, posteriormente regulamentada pelo Decreto Municipal 55.085 de 6 de maio de 2014.

A justificativa para aprovação desse projeto pela Câmara Municipal de São Paulo, foi a necessidade de regularizar a atividade de cerca de 100.000 pessoas envolvidas com a atividade e ainda favorecer a vinda para a rua de preparações mais complexas e com ingredientes de qualidade, a preços mais acessíveis. A promulgação dessa legislação ampliou ainda mais a reverberação midiática do processo de mudança que está em curso.

Esse processo, envolvendo as relações entre a comida e os espaços públicos está em curso e tem importância, tanto do ponto de vista urbano e gastronômico, quanto turístico. É na rua onde o turista tem a oportunidade de conhecer preparos locais que muitas vezes não existem em nenhum outro lugar do

mundo. São exemplos disso: o pastel paulistano, o acarajé baiano, o crepe francês, o *waffle* belga, o salsichão alemão, entre outros (YASOSHIMA, 2014). Embora muitas vezes estes elementos não possuam atratividade suficiente para gerar fluxos turísticos por si só, considera-se que os mesmos podem ser importantes para a complementação, a diferenciação e o aumento de competitividade de um destino, como é o caso da capital paulista.

Em termos culturais, Montanari (2008, p.55) destaca que o “homem, sendo onívoro, seleciona o alimento com base em preferências individuais e coletivas ligadas a valores, significados, gostos cada vez mais diversificados”. Assim, o ato de comer na rua não diz respeito apenas a alimentar-se, mas traz consigo uma ação social, econômica e cultural. Os alimentos vendidos na rua são escolhidos pelo povo que o produz e avaliados pelos consumidores, assim, só se leva para vender na rua o que é popular ou aquilo que já vinha sendo valorizado pela elite e que passou a ser desejado pelos segmentos populares, como ocorre no processo pesquisado.

Conforme Cascudo (2011) e Fraga (2013), no Brasil, historicamente a comida de rua surgiu como um trabalho de negros. Escravos que tinham experiência em cozinhar, vendiam alimentos nas ruas. Era comum que todo o lucro fosse repassado a seus donos, no entanto, eventualmente, era uma forma de escalada social, e que poderia levar até mesmo à liberdade, caso fosse possível economizar dinheiro e comprar a alforria. A primeira comida de rua de que se tem notícia por aqui é o angú. Além dele, peixe frito, ensopados com legumes locais e mandioca cozida estão entre as primeiras refeições brasileiras comercializadas ao ar livre.

Ao analisar as transformações urbanas da cidade de São Paulo no final do século XIX, Silva (2014, p.11) relata que “as incompatibilidades com a nova ordem pretendida contribuíram para a marginalização de parte do cardápio da rua, identificado com marginalizados e ex-escravos, herdeiros de antigas tradições e hábitos alimentares que deram lugar a novos cardápios, novos padrões alimentares, novos figurantes, novas formas de atuação”.

Longe de ter desaparecido no século seguinte, a venda de comida de rua continuou sendo realizada quase sempre de forma irregular por desempregados, imigrantes ou recém-chegados. A oferta de comida de rua sempre foi numerosa,

principalmente durante a hora do almoço ou na hora do *rush*, diferentemente de horários de lanche ou café da manhã, mantendo seu forte apelo popular.

Levando em conta essa breve contextualização histórica da comida de rua no Brasil, consideramos que a mudança de *status* por ela experimentada atualmente, sob o ponto de vista da cultura brasileira, pode ocasionar uma quebra de paradigma importante. Segundo DaMatta (1986), a casa seria vista como um local seguro e de bons costumes, enquanto a rua seria o local de marginalidade e da insegurança. Os alimentos não ficariam imunes a essa lógica, enquanto a “comida caseira” traz em si aspectos ligados à segurança, higiene e dedicação, a comida de rua estaria atrelada ao imaginário contrário, que geraria repulsa e medo, assim, atualmente, o fato de se alimentar na rua pode ter se tornado uma “aventura gastronômica”, passível de surpresas e incertezas.

Segundo o ex-secretário de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, até 2015 a Prefeitura de São Paulo já havia autorizado mais de 700 pontos para comercialização. Segundo ele, o segmento é um grande atrativo turístico para a capital paulista e tanto o paulistano como o visitante tem aprovado os *food trucks* e as feiras gastronômicas: “É um mercado que cativou os consumidores e desde que a nova lei que regulamenta a venda de comida nas ruas foi aprovada pela administração municipal, a demanda nas oficinas que fazem as adaptações nos carros cresceu 150%”.

METODOLOGIA

Este estudo preliminar se desenvolveu como uma pesquisa exploratória, com método qualitativo e de caráter bibliográfico. Foram coletados artigos publicados em periódicos científicos indexados nas bases de dados *Google Scholar*.

Este procedimento metodológico se justifica, uma vez que a pesquisa exploratória busca levantar e relatar o encontrado. A pesquisa bibliográfica permite repertoriar a produção científica em artigos de periódicos especializados, embasando a coleta e a análise de dados e indicando um determinado tema de interesse.

De acordo com o descritivo contido no próprio site, o *Google Scholar* fornece uma maneira simples de pesquisar literatura acadêmica de forma abrangente. É possível pesquisar várias áreas do conhecimento e fontes em um só lugar: artigos revisados por especialistas (*peer-reviewed*), teses, livros, resumos e artigos de editoras acadêmicas, organizações profissionais, bibliotecas de pré-publicações, universidades e outras entidades acadêmicas.

O *Google Scholar* ajuda a identificar as pesquisas mais relevantes do mundo acadêmico. O *Google Scholar* classifica os resultados de pesquisa segundo a relevância. Como na pesquisa da *web* com o Google, as referências mais úteis são exibidas no começo da página. A tecnologia de classificação do Google leva em conta o texto integral de cada artigo, o autor, a publicação em que o artigo saiu e a frequência com que foi citado em outras publicações acadêmicas.

Na fase inicial de coleta de dados, foi realizada a busca apenas pela expressão “*food truck*” e “*food trucks*”, sendo listado abaixo (figura 1) tudo que foi encontrado sobre o tema, considerando-se apenas produções científicas. Como o número de artigos encontrados não foi significativo, não se buscou reduzir o terreno de buscas através de cruzamento de palavras chaves.

Complementarmente, como forma de testar a possibilidade de ampliação das bases de dados estudadas, também foram pesquisadas as bases de dados da CAPES, Base SciELO e da Biblioteca Nacional de Dissertações e Teses, utilizando-se as palavras chaves “*food truck*” e “*food trucks*”, mas os resultados foram negativos.

DESCRIÇÃO DO MATERIAL ENCONTRADO

Será listado abaixo apenas o que foi encontrado na base de dados *Google Scholar* como resultados das palavras de busca “*food truck*” e “*food trucks*”. Os critérios de seleção adotados para análise dos artigos foram, em primeiro lugar, se tratar de publicação em periódico científico e apenas aqueles que apresentassem a palavra de busca em seu título ou resumo. A apresentação abaixo segue ordem cronológica. Os temas apresentados partem da análise da autora do resumo de cada artigo.

FIGURA 1: Relação dos nomes dos autores, anos de publicação, títulos dos artigos e resumos (traduções livres)

<p>Autor: SMITH, Phil</p>
<p>Título: Food Truck's: Party Hat Tradução Livre da Autora: Festa do Chapéu do Food Truck Publicação: SAGE Journal Tema: Estudo sobre pessoas com deficiência que trabalham em Food Trucks Ano de Publicação: 1999</p>
<p>Autor: BHIMJI, Fazila</p>
<p>Título: Struggles, Urban Citizenship and Belonging: The Experience of Undocumented Street Vendors and Food Owners in Los Angeles Tradução Livre da Autora: Dificuldades, Cidadania e Pertencimento: A Experiência de Vendedores Ilegais de Comida de Rua e Proprietários de Food Trucks em Los Angeles Publicação: Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, v. 39, n. 4, Published by Institute Inc. Tema: Pesquisa voltada ao papel das mulheres latinas, imigrantes ilegais em Los Angeles, que trabalham com comida de rua Ano de Publicação: 2010</p>
<p>Autor: HERMÁNDEZ-LÓPEZ, Ernesto</p>
<p>Título: LA's Taco Truck War: How Law Cooks Food Culture Contest Tradução Livre da Autora: Guerra dos Tacos Trucks em LA: Como a Lei Cozinha a Cultura da Comida Publicação: Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, v. 39, n. 4, Published by Institute Inc. Tema: Uma análise sobre o que aconteceu em Los Angeles em 2008, quando foram houve um endurecimento das normas que tratam de food truck por um pressão dos restaurantes e como os proprietários de parte da sociedade se posicionou a respeito Ano de Publicação: 2011</p>
<p>Autores: LINNEKIN, Baylen J.; DERMER, Jeffery; GELLER, Mathew</p>
<p>Título: The New Food Truck Advocacy: Social Media, Mobile Food, Truck Lots & Litigation in California & Beyond Tradução Livre da Autora: A Nova Advocacia dos Food Trucks: Media Social, Comida Móvel, Caminhões de Comida & Litigância na Califórnia & Entorno Publicação: Law Journal Library Tema: Uma análise sobre as questões legais que envolvem a criação do food truck Ano de Publicação: 2011/2012</p>

<p>Autor: WILLIAMS, Crystal T.</p>
<p>Título: A Hungry Industry on Rolling Regulations: A Look at Food Truck Regulations in Cities Across the United States</p> <p>Tradução Livre da Autora: Uma Indústria Faminta por Regulamentação: Uma Revisão sobre a Regulamentação de Comida de Rua em Cidades através dos Estados Unidos</p> <p>Publicação: Law Journal Library</p> <p>Tema: Um levantamento sobre as leis que regulamentam os food trucks em cidades pelos Estados Unidos</p> <p>Ano de Publicação: 2012/2013</p>
<p>Autor: ESPARZA, Nicole</p>
<p>Título: Trade Associations and the Legitimation of Entrepreneurial Movements: Collective Action in the Emerging Gourmet Food Truck Industry</p> <p>Tradução Livre da Autora: Associações Comerciais e Legitimação do Movimento de Empreendedorismo: Ações Coletivas no Emergente Mercado de Food Truck Gourmet</p> <p>Publicação: SAGE Journals</p> <p>Tema: Uma análise sobre como as associações de empreendedores agem para interferir nas leis que regulamentam os food trucks</p> <p>Ano de Publicação: 2013</p>
<p>Autor: ALCANTÂRA, Mariana de Oliveira de</p>
<p>Título: As Capacidades Estratégicas que Influenciam a Vantagem Competitiva de Food Trucks</p> <p>Publicação: Repositório Institucional UNICEUB. Disponível em: <http://hdl.handle.net/235/6935>.</p> <p>Ano de Publicação: 2015</p>
<p>Autores: SILVA, Gabriela de L.; LIMA, Luana F.; LOURENÇO, Nelson S.</p>
<p>Título: Food Truck na Cidade de São Paulo e a Influência do Perfil do Consumidor em sua Longevidade: Aspectos Socioculturais</p> <p>Publicação: REFAS – Revista FATEC Zona Sul</p> <p>Ano de Publicação: 2015</p>

Fonte: A autora.

ANÁLISES PRELIMINARES

A partir dos artigos listados no item anterior, os seguintes dados puderam ser levantados:

FIGURA 2: Análise dos artigos encontrados listados na Figura 1

PERÍODO DE PRODUÇÃO – 1999 ATÉ 2015	
TOTAL – 08 ARTIGOS ENCONTRADOS SENDO:	
(EUA)	(BRA)
Período de Produção – 1999/2013	Período de Produção – 2015
(72,5%) 06 artigos em língua inglesa	(37,5%) 02 artigos em língua portuguesa
67% tratam aspectos legais relacionados aos <i>food trucks</i> 33% <i>food truck</i> não é o tema central	100% sobre gestão de <i>food truck</i>
33% das publicações realizadas no SAGE Journal 33% das publicações na Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems World Economic Development 33% das publicações Law Journal Library	50% das publicações realizadas na REFAS – Revista FATEC Zona Sul 50% das publicações realizadas no Repositório Institucional UNICEUB

Fonte: A autora.

O que podemos notar, a princípio, é que embora seja muito pequena a produção de artigos nacionais encontradas, todos eles são direcionados à preocupação com a gestão dos *food trucks*, enquanto que a maioria dos artigos publicados nos Estados Unidos indicam uma preocupação com as questões legais que cercam o tema e, minoritariamente, o *food truck* serve apenas como pano de fundo para análise de outras questões sociais.

Nota-se também que os artigos produzidos nos EUA foram encontrados em apenas três fontes de publicação, sendo uma delas mais específica na sua área de concentração (Law Journal) e os outros dois mais abrangentes nas áreas de pesquisa (SAGE Journal e Urban anthropology).

Com relação aos artigos produzidos no Brasil, é possível notar que já indicam um início de preocupação com a questão da importância das ferramentas de gestão como diferencial competitivo. Também é possível que os artigos tenham sido produzidos em duas capitais diferentes e publicadas em revistas distintas.

Sobre a relevância e atualidade do tema (SILVA, Gabriela de L., LIMA, Luana F. e LOURENÇO, Nelson S., 2015):

As mudanças significativas que ocorreram na sociedade moderna favorecem a criação ou a reformulação de diferentes modelos de comércio, que se apresentam como forma de suprir a demanda gerada por um consumidor, que também passa por transformações constantes. Neste contexto está inserido o *Food Truck* que surge com características que o diferem do comércio “ambulante” contribuindo para a sua possível longevidade, o que motiva e permite estudo sobre os aspectos relacionados a esta hipótese, foco das pesquisas relacionadas e que conduzem este estudo. (*Food Truck na Cidade de São Paulo e a Influência do Perfil do Consumidor em sua Longevidade: Aspectos Socioculturais*, p. 01).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste levantamento e análise preliminar evidenciou a importância da temática voltada à gestão de *food trucks*, ao mesmo tempo em que constatou a quase ausência de estudos científicos sobre o tema. Tendo em vista que o tema ganhou relevância recente no Brasil, é possível supor que o assunto passe a ter uma relevância maior nos próximos anos.

Pretende-se, como prosseguimento desta análise preliminar, uma ampliação da revisão de bibliografia, como subsídios à revisão bibliográfica para o projeto da dissertação em andamento sobre a Comida de rua na cidade de São Paulo, buscando contribuições que ajudem a refinar os conceitos aqui apresentados bem como, em um futuro próximo, apresentar os resultados de uma pesquisa quantitativa realizada junto aos empreendedores que estão se iniciando no negócio de *food truck*.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Mariana de Oliveira de. **As Capacidades Estratégicas que Influenciam a Vantagem Competitiva de Food Trucks**. Repositório Institucional UNICEUB. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/235/6935>>. 2015.

BHIMJI, Fazila. Struggles, Urban Citizenship, and Belonging: The Experience of Undocumented Street Vendors and Food Truck Owners In Los Angeles. **Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development**, v. 39, n. 4, 2010, p. 455-492.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e Sociedade: Uma História da Alimentação**. 7ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2004.

DaMATA, Roberto. **A Casa & a Rua: Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil**. 5.ed. Rio de Janeiro: Roco, 1997.

ESPARZA, Nicole. **Trade Associations and the Legitimation of Entrepreneurial Movements: Collective Action in the Emerging Gourmet Food Truck Industry**. SAGE Journals, 2013.

FAGLIARI, Gabriela Scutta. **Turismo e Alimentação: Análises Introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.

FONSECA, Marcelo T., KULCSAR, João; PREGNOLATO, João; LEME, Mônica B. Comida de Rua na Cidade de São Paulo, SP: Uma Breve Descrição. **Revista Rosa dos Ventos**, abril-junho 2013.

HECK, Marina de Camargo. Comer como Atividade de Lazer. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 33. Janeiro-Junho 2004, p. 136-146.

HERMÁNDEZ-LÓPEZ, Ernesto. LA's Taco Truck War: How Law Cooks food Culture Contests. **Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development**, v. 39, n. 4, 2011, p. 233-268.

LINNEKIN, Baylen J.; DERMER, Jeffrey; GELLER, Matthew. The New Food Truck Advocacy: Social Media, Mobile food, Truck Lots, & Litigation in California & Beyond. **Law Journal Library**, 2011/12.

MONTANARI, Massimo. **Comida como Cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

PERTILE, Krisciê. Comida de Rua: Relações Históricas e Conceituais. **Revista Rosa dos Ventos**, Abril-Jun, p. 301-310. Caxias do Sul, 2013.

PIGATTO, Gessuir; NISHIMURA, Julian R. **O Perfil do Empreendedor no Serviço de Alimentação de Rua**. XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Bento Gonçalves, RS, 2012.

SILVA, Gabriela de L.; LIMA, Luana F.; LOURENÇO, Nelson S. Food Truck na Cidade de São Paulo e a Influência do Perfil do Consumidor em sua Longevidade: Aspectos Socioculturais. **REFAS – Revista FATEC Zona Sul**, 2015, p. 01-20.

SILVA, João Luiz Máximo da. **Comida de Rua e Transformações Urbanas na São Paulo do Século XIX**. Anais Eletrônicos do XXII Encontro Estadual de História da ANPUH-SP, Santos, 2014, p. 1-13.

SILVEIRA, A.; ROPELATO, M.; VIEIRA, S. S.; NASCIMENTO, S. Empreendedorismo: Produção Científica na Base SciELO 2004-2008. **FaCEs Journal Belo Horizonte**, jul/set 2010, p. 13/32.

SMITH, Phil. **Food Truck's Party Hat**. SAGE Journal, 1999.

WILLIAMS, Crystal T. **A Hungry Industry on Rolling Regulations: A Look at Food Truck Regulations in Cities Across the United States**. Law Journal Library, 2012/13.

YASOSHIMA, José Roberto; SILVA, Tamiris Martins da. **A Comida de Rua na cidade de São Paulo: Desenvolvimento e Novas Perspectivas**. Anais eletrônicos do XXII Encontro Estadual de História da ANPUH-SP, Santos, 2014, p. 1-15.

SITES CONSULTADOS

Disponível em: <<http://paladar.estadao.com.br/noticias/comida,ja-em-vigor--lei-sobre-comida-de-rua-volta-a-ser-discutida,10000009135>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/NoticiaArtigo/Artigo/10995>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Food-Truck:-uma-nova-tend%C3%Aancia>>. Acesso em: 08 nov. 2015.

Disponível em: <<http://www.sp.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/2897-16022016-food-truck-menos-gourmet-e-mais-barato>>. Acesso em: 03 mar. 2016

Disponível em: <<http://www.spturis.com/v7/noticia.php?id=504>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

Disponível em: <<http://www.smallfoodbiz.com/2012/07/30/the-real-deal-behind-running-a-food-truck-infographic/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

Disponível em: <<http://www.empreendedoresweb.com.br/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

Disponível em: <<http://www.restaurant.org/>>. Acesso em: 29 nov. 2015.