

XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP

## **Estímulos Sensoriais em Ambiente Museal: Experiência de Consumo de Uma Pessoa Cega na Perspectiva Transformativa do Consumidor**

**Marcela Lidianny do Amaral Ferreira<sup>1</sup>**  
**Camila Amaral de Melo<sup>2</sup>**  
**Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa<sup>3</sup>**

### **Resumo**

Desde o surgimento do Marketing estudioso da disciplina têm como foco principal temas com uma perspectiva mercantilista. Entretanto, mais recentemente, principalmente com os estudos de Mick (2006), houve o despertar para uma abordagem que privilegia conceitos como bem-estar e qualidade de vida dos consumidores de segmentos considerados vulneráveis. Nesse sentido, em 2005, pesquisadores da *Association for Consumer Research* (ACR) iniciaram um movimento que desencadeou no que veio a se chamar Pesquisa Transformativa do Consumidor (TCR), que se dedica a compreender o comportamento de consumo das pessoas com vistas ao bem-estar individual e coletivo (MICK *et al.*, 2012) em contraposição à linha de pesquisa de perspectiva mais gerencial, que privilegia a relação entre comportamento de compra, a aquisição de bens de consumo e o sucesso empresarial. Dentro desse contexto, este estudo tem como objetivo melhor compreender a experiência de consumo vivenciada por um indivíduo com deficiência visual severa em um ambiente de serviço museal. Para tanto, adotou-se como suporte teórico ao desenvolvimento da pesquisa, os construtos vulnerabilidade do consumidor, atmosfera de loja e experiências sensoriais no ambiente de serviços. A pesquisa se caracteriza como qualitativa básica, de caráter descritivo, tendo sido escolhido como *locus* o Museu Cais do Sertão, no Recife/PE, pelas suas características de modernidade e interatividade e por ser considerado um equipamento preparado para receber pessoas com deficiência. Foram realizadas duas entrevistas em profundidade, a partir de roteiros semiestruturados, com um portador de deficiência visual severa, escolhido por julgamento, que já havia visitado o Museu diversas vezes e com um educador deste equipamento cultural, bem como uma rodada de observação direta pelas pesquisadoras, de modo que essas formas de coleta de informações possibilitaram a sua triangulação, com o objetivo de torná-las mais robustas e consistentes. Para a avaliação dos dados foi feita a análise de conteúdo das duas entrevistas, análise do site e das observações. Como conclusão, verificou-se que, apesar do Museu se declarar acessível, o visitante cego constatou que o seu ambiente ainda não pode ser considerado preparado para receber pessoas com deficiência visual severa, o que não contribuiu para uma experiência de consumo plena, apesar do mesmo ter ficado satisfeito com as visitas ao espaço. Os resultados deste estudo, apesar de preliminares, oferecem as informações necessárias para o encaminhamento de uma posterior pesquisa de campo mais abrangente e permitem apresentar uma

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo/UFPE. Técnica em Turismo/UFPE. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo PPHTUR/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/0760974284072266>. marcela.turismo@hotmail.com.

<sup>2</sup> Bacharel em Hotelaria/UFPE. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo PPHTUR/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/5484886169485062>. camilaa\_melo@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutora e Mestre em Administração PROPAD/UFPE. Bacharel em Turismo/UFPA. Professora Associada do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE e do Programa de Pós-Graduação em Administração e Professora e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo PPHTUR/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/4418217720125569>. lourdesbarbosa@gmail.com.



**XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP**

amostra de como ainda precisamos avançar em termos de qualificação dos equipamentos turísticos para pessoas com deficiência.

**Palavras-chave:** pesquisa transformativa do consumidor; estímulos sensoriais; consumidores cegos; acessibilidade; Museu.