



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E**  
**CONTROLADORIA**  
**MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA**

**MONICA SANTOS BARBOSA AMARAL**

**EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE FAMÍLIAS COM PESSOAS AUTISTAS**

**FORTALEZA**

**2023**

MONICA SANTOS BARBOSA AMARAL

EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE FAMÍLIAS COM PESSOAS AUTISTAS

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração e Controladoria. Área de Concentração: Gestão Organizacional. Linha de Pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo.

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

A515e Amaral, Monica Santos Barbosa.  
Experiência turística de famílias com pessoas autistas / Monica Santos Barbosa  
Amaral. – 2023.  
162 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração,  
Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo.

1. Turismo. 2. Experiência de Consumo. 3. Experiência Turística. 4. Transtorno do Espectro Autista.  
I. Título.

CDD 658

---

MONICA SANTOS BARBOSA AMARAL

EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE FAMÍLIAS COM PESSOAS AUTISTAS

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração e Controladoria. Área de Concentração: Gestão Organizacional. Linha de Pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo.

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Salomão Alencar de Farias  
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Às mães atípicas, que gentilmente  
compartilharam suas experiências.

## AGRADECIMENTOS

Ao Criador, pelo dom da vida.

À minha mãe e a minha avó, por toda dedicação ao longo da minha vida.

Aos meus irmãos e ao meu pai, por todo apoio.

Ao meu esposo, pelo companheirismo e parceria em todos os momentos.

Aos demais familiares, que de alguma forma me ajudaram.

Aos meus parceiros do mestrado, Nayara, Lucas, Laíse e Victor Mateus, por toda troca e ajuda fornecida.

Aos demais amigos, por torcerem por mim.

A Rosa Karla, Mirela, Priscylla, Maytana e ao meu esposo, que tanto se esforçaram para me ajudar com a divulgação da pesquisa.

A todos que de alguma forma participaram e ajudaram com a divulgação da pesquisa.

A todas as mães que aceitaram participar da pesquisa e compartilhar suas experiências que tanto me ensinaram e tornaram possível a realização desta dissertação.

Ao meu orientador Dr. Francisco Vicente Sales Melo, pela disponibilidade, colaboração, compreensão, ajuda e, especialmente, pela paciência. Muito obrigada por acreditar em mim e por me ajudar a não desistir.

Aos professores participantes da banca examinadora Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva e Dr. Salomão Alencar de Farias pela disponibilidade, pelas valiosas colaborações e sugestões para o aprimoramento deste trabalho.

À Universidade Federal do Ceará (UFC) e ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria (PPAC), pelo suporte acadêmico.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo suporte acadêmico e financeiro.

*“[...] a vida pode ser boa dentro do espectro, o autismo não é o fim do mundo, o autismo não é o que define o (nome do filho), nem a minha família. A gente é feliz além disso, é só uma característica que torna a minha família talvez diferente. É uma programação mais pensada assim, o que é que dá pro (nome do filho) e o que não dá, mas você é feliz igual, sabe, se você souber, se você quiser ser, você consegue ser feliz igual. Eu consigo viajar com meu filho, eu consigo, preciso de algumas adaptações, de horários talvez, de uma medicação que tem que tomar, mas é tão mínimo, eu acho que a vida ela pode ser boa.”*

*(Mãe 8, 31 anos, filho autista nível TEA 2-3)*

## RESUMO

O turismo é uma atividade experiencial que pode gerar diversas emoções nos turistas, sendo que parte delas podem estar associadas às condições vivenciadas pelos viajantes antes e durante o passeio. No caso de pessoas com transtorno do espectro autista (TEA), uma viagem a lazer pode ser considerada uma vivência complexa, visto que envolve mudança de rotina e imprevisibilidade. Entender como se dá a experiência turística de famílias com pessoas autistas é relevante para o campo do turismo e consumo. Nesse contexto, uma pesquisa qualitativa de natureza fenomenológica foi realizada neste trabalho. Foram feitas entrevistas episódicas com doze mães de autistas e analisadas cento e quarenta e seis fotos por meio da técnica de foto-elicitação. O conjunto de informações que constituiu o *corpus* foi interpretado a partir da análise pragmática do discurso do tipo direto. Verificou-se que os atrativos naturais, os construídos e os culturais, assim como a interação social e o preço para visitar o local, são comuns a qualquer perfil de viajante. No entanto, para mães de autistas, a tranquilidade do local é algo fundamental em virtude da sensibilidade auditiva, visual e dificuldade de interação social. Quanto às expectativas das mães para realizar uma viagem a lazer, foram relatadas expectativas tanto boas quanto ruins, no entanto, a incerteza é algo comum entre as entrevistadas. Por conta disso, as mães procuram fazer previsões do que pode acontecer e se preparam para amenizar possíveis situações. Foram relatadas tanto emoções e sentimentos positivos, quanto negativos, sendo os positivos, felicidade, gratidão, surpresa, vitória, alegria, satisfação e alívio; e os negativos, apreensão, nervosismo, estresse, ansiedade, frustração, impotência, incapacidade, insuficiência e fracasso. Verificou-se que as mães percebem que as empresas associadas ao turismo estão pouco preparadas para uma boa recepção a perfis diferentes de visitantes. Por existirem vários desafios durante a experiência turística, viajar para essas mães significa quebra de barreiras, conquista, evolução, aprendizado, felicidade, gratidão e lembrança de momentos felizes. Esta pesquisa contribui ao evidenciar que a experiência turística pode ser positiva para mães de autistas, mesmo em situações de comportamento inesperado por parte do filho. Mas, para isso, é necessário que todos os agentes da atividade turística estejam preparados para ofertar ambientes adequados e atendimento especializado para esses consumidores.

**Palavras-chave:** Turismo. Experiência de Consumo. Experiência Turística. Transtorno do Espectro Autista.

## ABSTRACT

Tourism is an experiential activity that can generate different emotions in tourists, some of which may be associated with the conditions experienced by travelers before and during the tour. In the case of people with autism spectrum disorder (ASD), a leisure trip can be considered a complex experience, as it involves routine changes and unpredictability. Understanding the tourist experience of families with autism is relevant for the consumer and tourism sectors. In this context, a qualitative research of the phenomenological type was carried out in this work. Episodic interviews were conducted with twelve mothers of autistic children and one hundred and forty-six photos were analyzed using the photo-elicitation technique. The set of information that constituted the corpus was interpreted from the pragmatic analysis of the direct type discourse. It was found that natural, built and cultural attractions, as well as social interaction and the price to visit the place, are common to any traveler profile. However, for mothers of autistic children, the tranquility of the place is fundamental due to their auditory and visual sensitivity and difficulties in social interaction. As for the mothers' expectations of taking a leisure trip, good and bad expectations were reported, however, uncertainty is something common among the interviewees. Because of this, mothers try to make predictions of what might happen and prepare to alleviate possible situations. Positive and negative emotions and feelings were reported, the positive ones being joy, gratitude, surprise, victory, joy, satisfaction and relief; and the negative ones, apprehension, nervousness, stress, anxiety, frustration, impotence, incapacity, insufficiency and failure. It was found that mothers consider tourist companies to be poorly prepared to receive different profiles of visitors. As there are several challenges during the tourist experience, traveling for these mothers means breaking barriers, achievements, evolution, learning, happiness, gratitude and memories of happy moments. This research contributes by showing that the tourist experience can be positive for mothers of autistic children, even in situations of unexpected behavior on the part of the child. But, for that, it is necessary that all the agents of the tourist activity are prepared to offer adequate environments and specialized service for these consumers.

**Keywords:** Tourism. Consumer Experience. Tourist Experience. Autistic Spectrum Disorder.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Visão menos ideológica da experiência de consumo .....	31
Figura 2	– Dimensões da experiência de consumo .....	33
Figura 3	– A experiência turística .....	40
Figura 4	– Modelo de composição de experiências de consumo de hospitalidade e turismo .....	43
Figura 5	– Síntese de investigação proposta .....	51
Figura 6	– Desenho metodológico .....	54
Figura 7	– Fases da entrevista episódica .....	59
Figura 8	– Etapas da análise de discurso .....	64
Figura 9	– Viagem aérea 1 .....	66
Figura 10	– Viagem aérea 2 .....	67
Figura 11	– Viagem aérea 3 .....	67
Figura 12	– Viagem aérea 4 .....	68
Figura 13	– Viagem aérea 5 .....	69
Figura 14	– Viagem rodoviária 1 .....	70
Figura 15	– Viagem rodoviária 2 .....	71
Figura 16	– Ambiente tranquilo 1 .....	72
Figura 17	– Ambiente tranquilo 2 .....	73
Figura 18	– Ambiente tranquilo 3 .....	73
Figura 19	– Experiência cultural 1 .....	74
Figura 20	– Experiência cultural 2 .....	75
Figura 21	– Interação social 1 .....	76
Figura 22	– Interação social 2 .....	77
Figura 23	– Interação social 3 .....	78
Figura 24	– Interação social 4 .....	78
Figura 25	– Expectativa não correspondida 1 .....	79
Figura 26	– Expectativa não correspondida 2 .....	81
Figura 27	– Mudança e imprevisibilidade 1 .....	82
Figura 28	– Mudança e imprevisibilidade 2 .....	83
Figura 29	– Mudança e imprevisibilidade 3 .....	83

Figura 30 – Hiperfoco 1 .....	85
Figura 31 – Hiperfoco 2 .....	85
Figura 32 – Hiperfoco 3 .....	86
Figura 33 – Hiperfoco 4 .....	87
Figura 34 – Hiperfoco 5 .....	88
Figura 35 – Descontração 1 .....	90
Figura 36 – Descontração 2 .....	91
Figura 37 – Descontração 3 .....	92
Figura 38 – Descontração 4 .....	92
Figura 39 – Descontração 5 .....	93
Figura 40 – Descontração 6 .....	94
Figura 41 – Descontração 7 .....	94
Figura 42 – Descontração 8 .....	95
Figura 43 – Descontração 9 .....	96
Figura 44 – Descontração 10 .....	96
Figura 45 – Descontração 11 .....	97
Figura 46 – Descontração 12 .....	98
Figura 47 – Descontração 13 .....	98
Figura 48 – Novidade 1 .....	99
Figura 49 – Novidade 2 .....	100
Figura 50 – Novidade 3 .....	100
Figura 51 – Novidade 4 .....	101
Figura 52 – Evolução 1 .....	102
Figura 53 – Evolução 2 .....	102
Figura 54 – Evolução 3 .....	103
Figura 55 – Evolução 4 .....	104
Figura 56 – Evolução 5 .....	105
Figura 57 – Evolução 6 .....	106
Figura 58 – Evolução 7 .....	107
Figura 59 – Evolução 8 .....	108

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Definição de experiência por área de conhecimento .....	25
Quadro 2	– Características principais do marketing tradicional e do marketing de experiência .....	27
Quadro 3	– Definição de marketing de experiência .....	28
Quadro 4	– Definição de experiências de consumo .....	32
Quadro 5	– Critérios de diagnóstico para transtorno do espectro autista .....	46
Quadro 6	– Níveis de gravidade para transtorno do espectro autista .....	47
Quadro 7	– Caracterização dos sujeitos da pesquisa .....	57
Quadro 8	– Duração das entrevistas e quantidade de laudas .....	59
Quadro 9	– Quantidade de fotos (foto-elicitação) .....	62
Quadro 10	– Emoções e sentimentos positivos e negativos de mães de filhos atípicos ...	128
Quadro 11	– Significados das experiências de viagens de mães de filhos atípicos .....	135

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

APA	American Psychological Association
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
CIPTEA	Carteira de Identificação da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista
TEA	Transtorno do Espectro Autista
WHO	World Health Organization
WTO	World Tourism Organization

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>1.1</b>	<b>Perguntas de pesquisa</b> .....	19
<b>1.1.1</b>	<i>Pergunta central</i> .....	19
<b>1.1.2</b>	<i>Perguntas norteadoras</i> .....	19
<b>1.2</b>	<b>Justificativa</b> .....	20
<b>1.3</b>	<b>Estrutura</b> .....	22
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	23
<b>2.1</b>	<b>Definição de consumo</b> .....	23
<b>2.2</b>	<b>Definição de experiência</b> .....	25
<b>2.3</b>	<b>Marketing de experiência</b> .....	27
<b>2.4</b>	<b>Experiência de consumo</b> .....	29
<b>2.5</b>	<b>Definição de turismo</b> .....	35
<b>2.6</b>	<b>Experiência turística</b> .....	37
<b>2.7</b>	<b>Transtorno do Espectro Autista</b> .....	44
<b>3</b>	<b>MÉTODO</b> .....	52
<b>3.1</b>	<b>Caracterização da pesquisa</b> .....	52
<b>3.2</b>	<b>Desenho metodológico</b> .....	53
<b>3.3</b>	<i>Corpus de pesquisa</i> .....	54
<b>3.4</b>	<b>Sujeitos da pesquisa</b> .....	55
<b>3.5</b>	<b>Coleta de dados</b> .....	58
<b>3.5.1</b>	<i>Entrevista</i> .....	58
<b>3.5.2</b>	<i>Foto-elicitação</i> .....	60
<b>3.6</b>	<b>Análise de dados</b> .....	63
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	65
<b>4.1</b>	<b>Análise e discussão dos dados visuais</b> .....	65
<b>4.1.1</b>	<i>Viagem aérea</i> .....	65
<b>4.1.2</b>	<i>Viagem rodoviária</i> .....	69
<b>4.1.3</b>	<i>Ambiente tranquilo</i> .....	72
<b>4.1.4</b>	<i>Experiência cultural</i> .....	74
<b>4.1.5</b>	<i>Interação social</i> .....	76
<b>4.1.6</b>	<i>Expectativa não correspondida</i> .....	79

4.1.7	<i>Mudança e imprevisibilidade</i> .....	81
4.1.8	<i>Hiperfoco</i> .....	84
4.1.9	<i>Momentos de descontração</i> .....	90
4.1.10	<i>Novidade</i> .....	99
4.1.11	<i>Evolução</i> .....	101
4.2	<b>Análise e discussão dos dados verbais</b> .....	109
4.2.1	<i>Escolha do destino turístico</i> .....	109
4.2.2	<i>Expectativas</i> .....	113
4.2.3	<i>Preparação e conversa antes da viagem</i> .....	118
4.2.4	<i>Emoções e sentimentos</i> .....	125
4.2.5	<i>Percepções</i> .....	129
4.2.6	<i>Significados</i> .....	134
4.2.7	<i>Lembranças</i> .....	136
5	<b>CONCLUSÕES</b> .....	143
5.1	<b>Limitações da pesquisa</b> .....	146
5.2	<b>Sugestões para pesquisas futuras</b> .....	146
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	148
	<b>APÊNDICE A - PESQUISAS CONSIDERANDO A PALAVRA-CHAVE</b>	
	<b>“TOURIST EXPERIENCE”</b> .....	158
	<b>APÊNDICE B - PESQUISAS CONSIDERANDO A PALAVRA-CHAVE</b>	
	<b>“AUTISM”</b> .....	159
	<b>APÊNDICE C – GUIA DE ENTREVISTA</b> .....	160
	<b>APÊNDICE D – FOLHA DE DOCUMENTAÇÃO DAS ENTREVISTAS ..</b>	162
	<b>APÊNDICE E – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E</b>	
	<b>ESCLARECIDO</b> .....	163
	<b>APÊNDICE F – DIRETRIZES PARA COLETA DE IMAGENS</b> .....	164

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo apresenta efeitos positivos no bem-estar e na qualidade de vida das pessoas (AGOVINO *et al.*, 2017), sendo considerado um componente importante na busca por experiências (DARCY; DICKSON, 2009). O turismo é uma atividade que envolve a expectativa de experiências novas e diversas, que diferem das atividades habitualmente encontradas na vida cotidiana (URRY, 2001). A possibilidade de viver uma experiência diferente das costumeiras, a fuga do estresse cotidiano e a promessa de usufruir de um período de lazer corroboram que “o turismo é o negócio da felicidade” (CHIAS, 2007, p. 19).

O turismo é uma das principais fontes de emprego devido à sua natureza de mão-de-obra intensiva e ao significativo efeito multiplicador sobre o emprego em setores afins. Estima-se que um emprego no setor de turismo principal crie cerca de um emprego adicional ou indireto na economia relacionada ao turismo (WORLD TOURISM ORGANIZATION, WTO, 2019). Além disso, o turismo global é responsável por um em cada dez empregos em todo o mundo. Entretanto, um dos aspectos de mercado que tem sido negligenciado pelo turismo é a acessibilidade (BUHALIS; MICHOPULOU, 2011).

Em seu sentido mais amplo, a acessibilidade assegura o desenvolvimento de bens, serviços e ambientes que permitem que todos os utilizem e se beneficiem deles (GILLOVIC; MCINTOSH, 2020). Logo, a contribuição do turismo para uma sociedade mais inclusiva passa pelo desenvolvimento de estratégias que promovam a acessibilidade nos destinos turísticos, concedendo oportunidades para as pessoas com deficiência desfrutarem das atividades turísticas. Assim, a acessibilidade dos produtos turísticos é crucial para tornar o turismo acessível a todos (TEIXEIRA; EUSÉBIO; TEIXEIRA, 2022).

Apesar da atenção dada às deficiências e dos esforços realizados a nível internacional para promover a acessibilidade dos destinos turísticos, os turistas com deficiência ainda se deparam com práticas discriminatórias e impedimentos que os impossibilitam de exercer plenamente os seus direitos e liberdades (SISTO *et al.*, 2021). Sendo assim, a participação no turismo torna-se essencial para que as pessoas possam usufruir de tudo o que a cidadania representa, independentemente de suas características físicas e psíquicas.

A cidadania é um elemento fundamental para a efetivação dos direitos e deveres dos membros de uma sociedade. A cidadania abrange os direitos civis (relativos à liberdade individual), políticos (referentes à participação no exercício do poder político) e sociais (engloba o bem-estar do indivíduo, o direito à segurança, ao trabalho, ao lazer, ao turismo, à educação, à saúde, entre outros) (KUSHANO; ALMEIDA, 2008). Todos os direitos citados -

civis, políticos e sociais – são assegurados ao cidadão pela Constituição Federal. Desse modo, a exclusão social, que envolve a exclusão da participação social e política, bem como do acesso a indivíduos ou grupos, resulta na perda da qualidade de vida e da cidadania. Segundo Dempsey *et al.* (2021), o turismo não é igualmente acessível para pessoas com e sem deficiência, o que pode fazer com que um importante direito social seja negado para os indivíduos com deficiência.

Portanto, deve existir condições que promovam a equidade para todas as pessoas, sendo necessário criar experiências turísticas inclusivas numa sociedade que espera a promoção da igualdade e a funcionalidade de toda a sua estrutura social (SARAIVA; EUSÉBIO, 2020). É importante mencionar que em virtude da vasta gama de informações que podem acessar, os consumidores estão cada vez mais conscientes dos seus direitos e interesses.

Posto isso, um grupo de consumidores que deve desfrutar do turismo sem impedimentos são as pessoas que possuem o Transtorno do Espectro Autista (TEA) e suas famílias. Fombonne (2009) explica que o TEA é um tipo de Transtorno Global do Desenvolvimento (TGD) em crescimento ao longo dos anos e é um dos transtornos do desenvolvimento mais frequentes. Para o autor, o aumento da prevalência do TEA nas últimas décadas pode ser explicado em razão da ampliação do conceito, da expansão nos critérios de diagnósticos, do desenvolvimento de serviços e de uma maior conscientização sobre os transtornos do espectro autista tanto no público leigo quanto no profissional.

Hamed (2013) discute em sua pesquisa o direito dos indivíduos com TEA de passarem férias de turismo alegres, tendo suas necessidades e desejos atendidos. O autor sugere que essas férias turísticas sejam planejadas e realizadas por empresas de viagem para garantir que o turista autista receba toda assistência e suporte necessários durante a viagem. Assim, o estudo mostra a importância de engajar pessoas autistas na atividade turística ao: (a) apresentar um modelo hipotético de questionário que pode ser utilizado pelas empresas de viagem como método para obter todas as informações que o cliente autista precisaria para planejar sua viagem de acordo com suas próprias necessidades e preferências; e (b) propor algumas dicas estratégicas que podem auxiliar as empresas de viagem no planejamento e implementação de viagens turísticas para os autistas.

Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017) examinaram as experiências emocionais de mães britânicas em férias com filhos diagnosticados com TEA. Embora todas as participantes da pesquisa tenham identificado benefícios em tirar férias, elas equilibram isso com a interrupção da rotina e a exposição a ambientes estimulantes sensoriais, que tornam as férias uma experiência desafiadora para elas e seus filhos. Além disso, as expectativas de se conformar a certos comportamentos e as reações do público ao comportamento de seus filhos

podem aumentar as dificuldades das férias e torná-las uma experiência isoladora. Em cada etapa do processo do planejamento de férias, as mães investiram tempo, energia e trabalho emocional significativos para facilitar as viagens de suas famílias, nas quais elas mesmas vivenciavam tanto estresse quanto escapismo. Ficou evidente uma mistura afetiva de pressão e prazer nas mães que participaram do estudo. As experiências das mães mostraram como sentimentos complexos e conflitantes moldam suas experiências de férias.

Freund *et al.* (2019) investigaram a intenção de famílias espanholas com crianças diagnosticadas com TEA de viajar para acomodações acessíveis, a influência das restrições de viagem (intrínsecas, interativas e ambientais), a gravidade do transtorno e o comportamento das famílias, bem como estratégias para lidar com as restrições existentes. Os resultados indicaram que as restrições intrínsecas e a gravidade da condição influenciam a intenção de viajar para acomodações acessíveis e confirmaram que as famílias com criança diagnosticada com TEA formam um mercado heterogêneo, com famílias que estão mais dispostas a viajar, se as acomodações forem acessíveis, e famílias que não estão.

Mais recentemente, Dempsey *et al.* (2021) investigaram as experiências de viagens aéreas de famílias com crianças e jovens autistas visando identificar estressores e assim melhorar essas viagens. Segundo os autores, melhorar as experiências de viagem aérea pode permitir que pessoas autistas e suas famílias desfrutem da melhoria da qualidade de vida e aumentem a participação da família de forma mais ampla. Os resultados da pesquisa apontam que períodos de espera, multidões e estímulos sensoriais surgiram como estressores altamente significativos em todas as etapas do processo de viagem aérea. Outros estressores notáveis incluíram o cumprimento de instruções e procedimentos durante as verificações de segurança, ter que sentar em um espaço pequeno usando cinto de segurança por longos períodos de tempo durante o voo, banheiro, opções limitadas de alimentação no avião e desembarque do avião. Além de estressores gerais relacionados ao medo da separação de familiares, proximidade e comportamento de outras pessoas, tamanho do aeroporto e natureza movimentada.

Nesse contexto, esta dissertação busca compreender a experiência turística de famílias com pessoas autistas. Ressalta-se que no marketing, uma experiência turística é vista como uma experiência de consumo, em que os turistas consomem produtos e serviços na viagem (QUAN; WANG, 2004; MOSSERBERG, 2007). A experiência turística envolve elementos de domínio pessoal como motivação e expectativa, satisfação e insatisfação, conhecimento, memória, percepção, emoção e identidade pessoal (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). Portanto, a experiência turística trata-se da experiência particular do turista, que ocorre desde o pré-consumo até o pós-consumo.

Assim, é importante compreender as mais diversas vivências do consumidor, visto que a experiência em um ambiente de consumo pode influenciar de modo positivo as suas decisões. Para Lemon e Verhoef (2016), compreender a experiência do cliente é fundamental para as empresas. Além disso, a experiência é a soma dos elementos sensoriais, intelectuais, sociais, emocionais e físicos, percebidos e vivenciados de maneira conjunta e única (BRASIL, 2007) podendo ser utilizada tanto para aprimorar um serviço, como para melhorar o relacionamento com o cliente (CARÜ; COVA, 2003).

O turismo é uma atividade experiencial que pode gerar diversas emoções nos turistas, sendo que parte delas podem estar associadas as condições vivenciadas pelos viajantes antes e durante o passeio. No caso de pessoas com transtorno do espectro autista (TEA), uma viagem a lazer pode ser considerada uma vivência complexa, visto que envolve mudança de rotina e imprevisibilidade. Desse modo, não se viu na literatura investigações científicas demonstrando como mães de pessoas autistas experienciam a atividade turística de lazer. A partir dessa lacuna, formulou-se o seguinte problema de pesquisa: **Como se configura a experiência turística de famílias com pessoas autistas?**

## **1.1 Perguntas de pesquisa**

A elaboração de perguntas de pesquisa em substituição aos objetivos seguiu a indicação de Creswell (2007), visto que são mais coerentes com a abordagem qualitativa, possibilitando uma ampla exploração da temática estudada.

### ***1.1.1 Pergunta central***

Como se configura a experiência turística de famílias com pessoas autistas?

### ***1.1.2 Perguntas norteadoras***

- a) Quais os fatores que influenciam a escolha do destino turístico da família de pessoas autistas?
- b) Quais as expectativas da família de pessoas autistas em relação à experiência turística?
- c) Que emoções e sentimentos são ativados na família de pessoas autistas durante a experiência turística?

- d) Como uma experiência turística é percebida pela família de pessoas autistas?
- e) Quais os significados da experiência turística de famílias com pessoas autistas?
- f) Que vivências fazem a família de pessoas autistas lembrarem da experiência turística?

## 1.2 Justificativa

Pesquisas sobre o TEA são necessárias diante do surgimento de um maior número de casos na população mundial (GUEDES; TADA, 2015). A prevalência do TEA aumentou dramaticamente nas últimas décadas (CHIAROTTI; VENEROSI, 2020). Segundo a *World Health Organization* (WHO) (2022), em todo o mundo cerca de 1 em cada 100 crianças tem o TEA. O autismo é de fato um fenômeno que não pode mais ser ignorado (HAMED, 2013). A maioria das pesquisas científicas que discutem o autismo se concentra nele do ponto de vista médico, investigando suas causas, prevenção, tratamentos e cura. Apenas alguns artigos na literatura acadêmica se concentram nas experiências de vida de pessoas autistas e nas preocupações que as afetam. A fim de melhorar a qualidade de vida de pessoas autistas é necessário que pesquisadores acadêmicos mudem o foco de pesquisa para as barreiras específicas que os indivíduos com TEA enfrentam e concentrem o seu foco na vida social e necessidades deles (HAMED, 2013).

As pessoas autistas e seus familiares têm direito a experiências turísticas que contribuam para a sua qualidade de vida. Assim sendo, os pesquisadores identificaram domínios para a qualidade de vida e seus indicadores subjacentes para indivíduos com TEA. Salienta-se que o turismo pode atender os quatro domínios centrais, quais sejam, inclusão social, bem-estar emocional, bem-estar físico e relações interpessoais. Isso ocorre pois o turismo é considerado uma experiência humana e social que compreende um conjunto de atividades que proporcionam lazer, recreação e interação social levando à sensação de felicidade, contentamento e liberdade de estresse (HAMED, 2013).

Segundo McCabe e Diekmann (2015), os benefícios do turismo na vida das pessoas incluem impactos na saúde, bem-estar, felicidade e qualidade de vida e argumenta-se que além de ser considerado um direito social, o turismo é uma necessidade e não um luxo. No entanto, a participação no turismo é menor entre famílias com crianças diagnosticadas com TEA do que entre famílias com crianças típicas, ou seja, com desenvolvimento neurotípico (DEMPSEY *et al.*, 2021).

No Brasil, as pesquisas sobre o TEA estão bastante concentradas na área da saúde (KRUNGER, 2019, ROCHA *et al.*, 2019; ALMEIDA, 2017; GOMES *et al.*, 2015; SEMENSATO, 2013; BOSA, 2006). Entretanto, há uma escassez de pesquisas que tratem da experiência turística no país, especialmente de pessoas com deficiência, na área da administração. Nesse sentido, esta pesquisa torna-se relevante, pois não foi verificado na literatura pesquisas que buscam compreender a experiência turística de famílias com pessoas autistas. No intuito de verificar estudos sobre o tema, foi utilizada a base de dados bibliográfica da Scopus, utilizando-se como palavras-chave para busca os termos “tourist experience” e “autism” nos títulos, palavras-chave ou resumos dos documentos. Essa busca foi realizada em abril de 2023.

Para a palavra-chave “tourist experience”, o resultado deste primeiro filtro de busca foi de 2.525 documentos publicados na base. Numa segunda etapa, foi aplicado o filtro acerca da área de publicação destes trabalhos, limitando-se à área de Negócios, Gestão e Contabilidade, o que gerou um conjunto de 1.658 documentos. Um terceiro filtro foi aplicado em relação aos tipos de documentos, sendo selecionados apenas artigos científicos, sem considerar editoriais, pequenas comunicações, notas de pesquisas, etc. Com este filtro, resultaram 1.316 artigos científicos. Finalmente, em um quarto filtro, foram considerados os anos, quais sejam, desde os primeiros estudos publicados na Scopus que datam a partir de 1981 até o ano de 2022. Assim, totalizaram 1.247 documentos. Entretanto, apenas 7 deles tratam de experiências de pessoas com algum tipo de deficiência (APÊNDICE A). É importante mencionar que o Brasil possui somente 12 pesquisas publicadas, em que a primeira publicação data de 2019 e nenhuma pesquisa aborda a experiência turística de pessoas com impedimentos ou transtornos na sua vivência turística.

Para a palavra-chave “autism”, o resultado deste primeiro filtro de busca foi de 108.041 documentos publicados na base. Na segunda etapa, foi aplicado o filtro acerca da área de publicação destes trabalhos, limitando-se à área de Negócios, Gestão e Contabilidade, o que gerou um conjunto menor de 411 documentos. Um terceiro filtro foi aplicado em relação aos tipos de documentos, sendo selecionados apenas artigos científicos, o que resultou em 264 artigos científicos. Por fim, em um quarto filtro, foram considerados os anos, quais sejam, desde os primeiros estudos publicados na Scopus que datam a partir de 1954 até o ano de 2022. Assim, totalizaram 247 documentos. Entretanto, apenas 3 deles tem relação com a temática deste estudo (APÊNDICE B).

Assim, é importante compreender como se dá a experiência turística de famílias com pessoas autistas, problemática desta pesquisa, que objetiva abranger desde os aspectos do

pré-consumo até o pós-consumo. Destacando ainda a relevância da pesquisa sobre experiência turística das famílias de pessoas com TEA, segundo Carù e Cova (2003), o papel da experiência na compreensão da relação entre mercado e consumo tem apresentado cada vez mais importância, visto que são estudados aspectos subjetivos e complexos que abrangem o comportamento humano e social. Conforme Aguiar (2011), a experiência desempenha um papel central no entendimento dos fatores relacionados ao consumo, entretanto, no que diz respeito à pesquisa do comportamento do consumidor, são necessárias investigações que mostrem abordagens alternativas.

Desse modo, esta pesquisa, movida pelos *gaps* ainda existentes, apresenta a experiência turística de famílias com pessoas autistas sendo norteada pela fenomenologia da percepção, apresentada pelo filósofo Maurice Merleau-Ponty, lançada em 1945 e reeditada posteriormente em 1999. Sua escolha para este estudo justifica-se por trazer à tona a concepção do sujeito enquanto agente de sua vivência no mundo e explicar o processo por meio do qual esta interação com o que o cerca ocorre. Ademais, seus enfoques ainda são pouco explorados nas investigações sobre a experiência de consumo e são importantes para gerar contribuições que promovam o avanço do conhecimento na área de marketing.

### **1.3 Estrutura**

O presente estudo encontra-se estruturado em cinco seções. Assim, ele se inicia apresentando a contextualização, a problemática acompanhada das perguntas norteadoras que auxiliarão na sua operacionalização e encerra apontando a justificativa do estudo e a sua estrutura. A segunda seção traz a fundamentação teórica, discorrendo sobre o consumo, a experiência, o marketing de experiência e a experiência de consumo. Em seguida é abordado o turismo, inclusive o turismo acessível, e as experiências turísticas. Posteriormente, os aspectos históricos e conceituais do Transtorno do Espectro Autista (TEA) são apresentados, bem como os estudos realizados com famílias que convivem com o TEA, no campo do turismo. A terceira seção apresenta o método adotado pelo estudo, tratando de sua caracterização, desenho metodológico, *corpus* de pesquisa, sujeitos da pesquisa, além das técnicas de coleta de dados seguidas do seu método de análise dos dados. A quarta seção apresenta os resultados obtidos e a sua discussão. Por fim, a quinta seção aborda as conclusões.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo aborda a revisão da literatura acerca dos assuntos norteadores para a realização da presente pesquisa.

### 2.1 Definição de consumo

O consumo é um elemento integrante da manutenção da vida. É uma condição de vida já que viver é consumir (BORGSMANN, 2000). Para Bootomore (1988), o consumo é o modo pelo qual os seres humanos se mantêm e se reproduzem como indivíduos. Ou seja, caracteriza-se como uma forma de subsistência, sendo que suas formas adquirem uma dimensão sociocultural que está sempre se construindo a partir dos parâmetros impostos por cada sociedade e suas estruturas econômicas.

Borgsmann (2000) define o consumo como a absorção de algo por algum objeto para sustentar a função ou o bem-estar deste. Para Bootomore (1988), o consumo engloba desde as necessidades fisiológicas até as necessidades socioculturais, as quais se alteram nas diversas sociedades ao longo do tempo. Desse modo, conclui-se que o consumo é um elemento básico da existência humana. Conforme Taschner (2010), o consumo é uma ferramenta de integração social que faz com que o indivíduo possua determinados produtos e acesse determinados espaços para a construção de uma identidade social e, como consequência, para o reconhecimento de um indivíduo como cidadão.

Segundo Barbosa e Campbell (2006), o consumo é ambíguo porque pode ser entendido como uso e/ou como experiência; também como compra, exaustão, esgotamento e até mesmo como realização. Além disso, significados positivos e negativos estão entrelaçados em nossa maneira cotidiana de falar sobre como nos apropriamos, utilizamos e desfrutamos do universo a nosso redor. Nesse contexto, Baudrillard (1995) afirma que o lugar do consumo é a vida cotidiana, que não se trata apenas da soma de fatos e gestos diários, mas sim de um sistema de interpretação.

A etimologia do termo também apresenta ambiguidade. A palavra consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar, destruir e desperdiçar (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; GRAEBER, 2011), no francês a palavra consumo se origina de uma raiz diferente da latina e é expressa como *consummation*, cujo significado é somar, tomar posse (GRAEBER, 2011). Conforme Barbosa e Campbell (2006), no Brasil o significado do termo consumo ficou mais próximo da dimensão que possui sentido negativo.

Desse modo, o consumo tornou-se um campo de investigação complexo, que abrange diversas “atividades, atores e um conjunto de bens e serviços que não se restringem necessariamente aos providos sob a forma de mercadorias” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 25). Ademais, o ato de consumir é parte integrante de todas as sociedades (BARBOSA, 2004). Na sociedade contemporânea, o consumo é um processo social que engloba múltiplas maneiras de provisão de bens e serviços, bem como diferentes maneiras de acesso a esses mesmos bens e serviços; um instrumento social percebido pelas ciências sociais como gerador de sentido e de identidades, e uma categoria essencial na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

Pine II e Gilmore (1999) indicam que alguns dos setores que mais crescem na economia global estão relacionados ao consumo de experiências, em que os consumidores buscam experiências únicas e memoráveis, além do simples consumo de produtos e serviços. No tocante ao estudo do consumo como experiência, existe uma perspectiva abrangente, que considera as várias motivações presentes no processo de consumo (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982).

Desde os anos 1980, os pesquisadores do comportamento do consumidor investigam a experiência no consumo visando expandir a abordagem de investigação desta área. O comportamento do consumidor que era considerado como sendo baseado principalmente na racionalidade, passou a ser analisado como algo mais abrangente e subjetivo, modificando a tradicional relação de compra e venda pelo fenômeno da experiência. A perspectiva experiencial do consumo “explora os significados simbólicos de características mais subjetivas” (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982, p. 134).

A justificativa para a adesão dessa perspectiva foi a de que a linha de pesquisa que se baseava no paradigma racional do processamento de informação havia ignorado fatores relevantes do fenômeno do consumo. De acordo com Holbrook e Hirschman (1982), os fenômenos ignorados incluem atividades de lazer, prazeres sensoriais, prazer estético e respostas emocionais. Assim, o reconhecimento desses importantes aspectos de consumo é fortalecido pelo contraste entre o processamento de informações e a visão experiencial.

Holbrook e Hirschman (1982) alegam que tanto a visão econômica da racionalidade do consumidor, quanto a visão do processamento de informações, fracassam na tentativa de compreender o processo de consumo, visto que existem fatores experienciais, cognitivos, afetivos e comportamentais, oriundos tanto do ambiente, bem como dos consumidores, que permeiam o consumo. Desse modo, os autores destacam que uma perspectiva experiencial é necessária para o entendimento dos fenômenos de consumo.

## 2.2 Definição de experiência

A temática experiência teve sua inserção no campo do consumo com o artigo pioneiro publicado por Holbrook e Hirschman (1982) (CARÙ; COVA, 2003). Entretanto, existem diferentes significados da palavra experiência, que variam de acordo com a área de conhecimento, conforme apresentado no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Definição de experiência por área de conhecimento

Área de conhecimento	Definição
Ciência	É semelhante a um experimento baseado em fatos e dados objetivos, que podem ser generalizados. Há uma distinção entre experiência em geral e experiência científica. A experiência comum fornece ao indivíduo um conhecimento particular, a experiência científica fornece um conhecimento universal válido para todos.
Filosofia	É uma ocorrência pessoal que geralmente transforma o indivíduo. A experiência é adquirida quando o que acontece é traduzido em conhecimento, não somente quando permanece como uma simples ocorrência vivida.
Sociologia e Psicologia	É uma atividade subjetiva e cognitiva que permite o desenvolvimento do indivíduo.
Antropologia e Etnologia	É a forma como indivíduos vivem sua cultura. A experiência se diferencia do mero comportamento individual, que pode ser descrito por um observador externo e diz respeito à rotina vivenciada.

Fonte: Adaptado de Carù e Cova (2003, p. 269).

Nesse contexto, Carù e Cova (2003) definem a experiência para as ciências sociais como:

[...] um episódio subjetivo na construção/transformação do indivíduo, com ênfase, porém, nas emoções e sentidos vividos durante a imersão em detrimento da dimensão cognitiva. Para o marketing, por outro lado, dá à experiência muito mais um significado objetivo (ao invés de subjetivo), confirmando a ideia de que o resultado pode (deve?) ser algo extremamente significativo e inesquecível para o consumidor imerso na experiência (CARÙ; COVA, 2003, p. 273).

Para Schmitt (2010), a experiência como conceito e como fenômeno empírico não é tão estabelecida no marketing quanto a atitude, satisfação do consumidor ou valor da marca. Dessa maneira, o autor expõe oito diferentes significados, visando explorar o conceito de experiência:

1. a) Um julgamento ou teste; b) um julgamento experimental; c) uma prova conclusiva.
2. Observação direta ou participação em eventos: um encontro, algo passado ou vivido, ou vivendo as coisas em geral, como elas acontecem ao longo do tempo.
3. a) O estado, extensão, duração ou resultado de estar envolvido em uma atividade específica (como profissão) ou em assuntos; b) algo aprovado ou feito com base nessa experiência.
4. Conhecimento, habilidade ou prática derivada da observação direta ou participação em eventos: sabedoria prática resultante do que alguém encontrou, sofreu ou viveu.
5. a) A soma total dos eventos conscientes, que compõem a vida de um indivíduo; b) a soma total dos eventos que compõem o passado de uma comunidade ou nação, ou o conhecimento da humanidade em geral.
6. Algo pessoalmente encontrado, sofrido ou vivido através de: um evento observado ou participado.
7. Algo pelo qual cada um é estimulado ou movido.
8. *Philos* a) o ato ou processo de perceber ou apreender; b) o conteúdo ou o resultado particular dessa experiência; c) a reação discriminativa ou a resposta não-consciente de um organismo a eventos ou acontecimentos dentro do seu ambiente (SCHIMITT, 2010, p. 59).

Em seu uso mais geral e amplo, a experiência trata-se do estado mental que ocorre em qualquer indivíduo, em qualquer momento consciente. Já a experiência comercial é resultado da interação entre um sujeito (o cliente) e um objeto (o provedor da experiência) e o ato de cocriação entre os dois (POULSSON; KALE, 2004). Conforme Tynan e McKechnie (2009), a experiência é um substantivo e um verbo e é usado de várias maneiras para transmitir o próprio processo, participando da atividade, no afeto, no pensamento ou na emoção que é sentida através dos sentidos ou da mente, e pode até ser considerada viver uma experiência através de uma habilidade ou aprendizado.

De acordo com Schmitt (2010), o uso do termo experiência apesar de ser utilizado de várias formas, possui definições que podem ser divididas em duas categorias: a) referente ao passado (conhecimento e experiências acumuladas ao longo do tempo) e b) referente a percepções e sentimentos contínuos e observação direta. Contudo, em sua pesquisa que tem como foco o marketing de experiência, o autor usa o termo para se referir a experiências aqui e agora, ou seja, as percepções, os sentimentos e os pensamentos que os consumidores têm quando encontram produtos e marcas no mercado e se envolvem em atividades de consumo, como também a memória de tais experiências.

### 2.3 Marketing de experiência

A incorporação da ótica experiencial no marketing visando avançar no conhecimento do comportamento de compra dos consumidores se inicia nos anos 1980, quando as emoções foram consideradas um fator determinante no processo de compra. O interesse dos investigadores no enriquecimento da disciplina de marketing, enfatizando a natureza emocional das decisões de compra do consumidor e, portanto, as experiências que uma situação de consumo desperta, levou ao desenvolvimento do marketing de experiência (MORAL MORAL; FERNÁNDEZ ALLES, 2012).

O marketing de experiência ou o marketing experiencial teve destaque com a pesquisa intitulada *Experiential Marketing* de Schmitt (1999), que foi um dos primeiros estudiosos a enfatizar a importância da experiência do cliente (LEMON; VERHOEF, 2016). Conforme Schmitt (1999), o marketing de experiência possui algumas particularidades quando comparado ao marketing tradicional, que justificam o estudo da experiência do consumo. O marketing tradicional apresenta uma visão racional, analítica e voltada para a engenharia dos clientes, produtos e concorrência. Também, foi desenvolvido em resposta à era industrial. Assim, a revolução atual das informações, marcas e comunicações exige uma abordagem diferente. Isto posto, o marketing de experiência difere da abordagem tradicional em quatro aspectos importantes, todos voltados para uma visão mais ampla e holística do consumidor, conforme exposto no Quadro 2.

Quadro 2 - Características principais do marketing tradicional e do marketing de experiência

Marketing tradicional	Marketing de experiência
Foco em características e benefícios funcionais	Experiência do consumidor
As categorias de produtos e a concorrência são definidos de forma restrita	Consumo como experiência holística
Os clientes são vistos como tomadores de decisão racionais	Os consumidores são seres racionais e emocionais
Métodos e ferramentas são analíticos, quantitativos e verbais	Os métodos e ferramentas são ecléticos

Fonte: Adaptado de Schmitt (1999).

Segundo Schmitt (1999, p. 57) “as experiências geram valores sensoriais, emocionais, cognitivos, comportamentais e de identificação que substituem os valores funcionais”. Assim, o marketing experiencial tem como foco a experiência do consumidor, sendo que experiências acontecem como consequência do encontro e da vivência de

determinadas situações. As experiências estão associadas a presença de estímulos elaborados para os sentidos, para os sentimentos e para a mente (SCHMITT, 1999, 2002).

Larocca, Ladeira, Silva e Mello (2020) apresentam os conceitos do marketing de experiência segundo os principais autores do tema, como pode ser observado no Quadro 3.

Quadro 3 - Definição de marketing de experiência

<b>Autor</b>	<b>Conceito</b>
Schmitt (1999, p. 57)	“Concentra-se nas experiências dos clientes. As experiências ocorrem como resultado de um encontro, passar por algo ou vivenciar coisas. Experiências fornecem valores sensoriais, emocionais, cognitivos, comportamentais e relacionais que substituem os valores funcionais”.
Schmitt (2002, 2006)	É uma abordagem do marketing que tem o objetivo de criar diferentes tipos de experiências para os clientes. O enfoque do marketing experimental é a experiência do consumidor, que resulta do encontro e da vivência de situações, onde estímulos são criados para os sentidos, sentimentos e mente, substituindo os valores funcionais.
Palmeira, Semprebom, Ferrari et al. (2009)	Concentra-se nas experiências dos clientes e este indivíduo torna-se emocionalmente envolvido com o objeto da experiência.
Schmitt (2010, p. 63)	“Qualquer forma de atividade de marketing focada no cliente que cria uma conexão com os clientes. Com base nesta visão ampla, as experiências podem ser estimuladas nos produtos, embalagens, comunicações, interações na loja, relações de vendas, eventos e assim por diante. Podem ocorrer como resultado de atividades on-line ou off-line.”
Farias (2010, p. 7)	“Aquisição de bens ou serviços após o consumidor ter experimentado atividades e percebido estímulos.”
Schmitt e Zarantonello (2013)	O valor também está no sistema hedônico e experiencial, e na experiência de consumo.
Sargi e Mattos (2015)	Proporcionar aos consumidores experiências através dos sentidos e das emoções.
Roesler e Moliani (2016)	Um novo método de marketing, que busca atingir o consumidor de forma mais emocional por meio de experiências induzidas.
Franco, Moia, Silva et al. (2017, p. 156)	“o uso de experiências [...] deve fazer parte das estratégias do marketing, envolvendo principalmente fatores neurobiológicos e psicológicos”.
Stefanini, Alves e Marques (2018, p. 64)	“marketing de experiência envolve diversos aspectos e não se limita a uma única dimensão [...]”.
Yamamoto, Cordova e Mazzei (2018, p. 66)	“proporcionar experiências onde os indivíduos são estimulados a terem algum tipo de estímulo emocional”.
Cerqueira, Lopes e Silva (2019, p. 26)	“as percepções, sentimentos e pensamentos que os consumidores têm quando encontram os produtos e as marcas e se engajam em atividades de consumo – bem como a memória de tais experiências”.

Fonte: Larocca, Ladeira, Silva e Mello (2020, p.784).

Nesse contexto, Schmitt (1999) expôs os cinco tipos distintos de experiências ou módulos estratégicos experienciais: a) experiências sensoriais, que apelam aos sentidos visão, audição, tato, paladar e olfato; b) experiências afetivas, que apelam aos sentimentos e emoções dos clientes; c) criação de experiências cognitivas, que apelam ao intelecto; d) experiências físicas, comportamentais e estilo de vida, que envolvem ação; e por fim, e) experiências de identidades sociais, que resultam da relação com grupos de referência.

Entretanto, Larocca, Ladeira, Silva e Mello (2020) apontam a existência de um problema conceitual ao reunir as cinco dimensões propostas por Schmitt (1999, 2002, 2006, 2010). Segundo os autores, a dimensão sensorial é equiparada com as demais, visto que os estímulos produzidos por essa dimensão, são criados pelo marketing e recebidos e interpretados pelos consumidores. O autor posiciona nos mesmos níveis estímulo e reação, nomeando de Dimensão as etapas que trazem uma relação de causalidade. Conforme a própria interpretação, o consumidor pode vivenciar a experiência e dar algumas respostas (ou significados) para as experiências. Tais respostas são as outras quatro dimensões sugeridas por Schmitt (2010). Dessa forma, o autor encara estímulos e respostas aos estímulos como se fossem resultantes da decisão mercadológica, o que não acontece, pois, as respostas decorrentes dos estímulos sensoriais (visão, olfato, tato, paladar, audição) poderão ser uma combinação das demais dimensões apresentadas (emoção, cognição, comportamento ou relação social) (LAROCCA; LADEIRA; SILVA; MELLO, 2020).

É importante mencionar que o marketing de experiência foca em proporcionar experiências agradáveis não apenas no momento da compra, mas também no momento do consumo e do pós-consumo, recorrendo à criação de emoções, sentimentos e pensamentos que são consequências da interação do cliente com o bem ou serviço. Portanto, o núcleo central do marketing de experiência é a experiência de consumidor (MORAL MORAL; FERNÁNDEZ ALLES, 2012).

## **2.4 Experiência de consumo**

O artigo de Morris Holbrook e Elizabeth Hirschman de 1982 é reconhecido como um marco na literatura de marketing. Nesse artigo, Holbrook e Hirschman (1982) introduzem importantes aspectos experienciais de consumo que até então eram negligenciados, quais sejam, fantasias, sentimentos, sensações e diversão, destacando assim, o caráter hedônico, estético e simbólico da experiência de consumo. A experiência de consumo na perspectiva das ciências sociais é compreendida como uma ocorrência particular do indivíduo, muitas vezes carregada de significado emocional relevante, sendo baseada na interação com estímulos, ou seja, com os produtos ou serviços consumidos (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982).

Sendo assim, é importante diferenciar os termos experiência de consumo e experiência do consumidor. Carù e Cova (2003) explicam que toda experiência do consumidor é uma experiência de consumo, mas nem toda experiência de consumo é uma experiência do consumidor. O consumo diário de um indivíduo é constituído por uma experiência de consumo

que pode ocorrer com ou sem relação de mercado. Dessa forma, a experiência do consumidor depende de uma oferta de mercado, enquanto a experiência de consumo pode ocorrer com ou sem relação de mercado, mesmo que produtos estejam sendo consumidos, como por exemplo, uma refeição em família ou o ato de receber um presente. Ressalta-se que o marketing está interessado somente no contexto específico do mercado, no qual o indivíduo é um consumidor que vive experiências com o fornecedor e com outros consumidores. Portanto, como o marketing é troca, o indivíduo só vive uma experiência como consumidor quando existe essa troca econômica.

Segundo Jain, Aagja e Bagdare (2017), a experiência de consumo envolve todos os processos cognitivos e emocionais que ocorrem no cérebro humano durante os estágios de pré-compra, compra e pós-compra. Deste modo, cada experiência é um reflexo do processamento mental interno, subjetivo e único do consumidor. Ademais, o consumo não se refere apenas ao momento da compra ou aquisição de um produto ou serviço, mas pode compreender um maior período de tempo (ARNOULD; PRICE; ZINKHAN, 2002; CARÙ; COVA, 2003). Carù e Cova (2007) destacam quatro atributos do consumo experiencial, quais sejam, os consumidores não são apenas consumidores; os consumidores agem conforme as situações; os consumidores buscam significado; e, o consumo envolve mais do que a mera compra. Segundo Arnould, Price e Zinkhan (2002), a experiência de consumo ocorre ao longo do tempo, podendo ser dividida em quatro etapas, quais sejam:

- A experiência de pré-consumo, que inclui a procura por algo, o planejamento, os sonhos, bem como a previsão ou imaginação da experiência;
- A experiência de compra, que envolve a escolha, o pagamento e o encontro com o serviço e com o ambiente;
- A experiência de consumo central, que engloba a sensação, a saciedade, a satisfação ou a insatisfação, a irritação e a transformação;
- A experiência de consumo lembrada, que abrange ver imagens para reavivar a experiência vivida na memória, que se baseia nas histórias descritas e nos argumentos compartilhados com os amigos, e que possui uma classificação na memória.

Carù e Cova (2003) propõem uma análise da experiência de consumo com base em níveis de intensidade da experiência (ordinária e extraordinária) e nas dimensões relacionadas aos meios de fornecimento (mercado e sociedade), como uma visão menos ideológica da experiência de consumo, conforme exposto na Figura 1 a seguir:

Figura 1 - Visão menos ideológica da experiência de consumo



Fonte: adaptado de Carù e Cova (2003, p. 282).

Como mostra a Figura 1, a experiência de consumo transita por “diferentes meios de prestação e diferentes níveis de intensidade da experiência, que se situa ao longo dos dois eixos, o primeiro definido como um *continuum* entre ordinário e extraordinário, e o segundo entre consumidor e consumo” (CARÙ; COVA, 2003, p. 281).

Lanier Junior e Rader (2015) ampliam a visão de experiência de consumo ao considerarem uma perspectiva bidimensional que classifica as experiências de consumo apresentando os aspectos funcionais e estruturais. Assim, fundamentada em duas dimensões mais amplas e suas respectivas subdimensões, os autores propõem uma “matriz “2x2” que classifica quatro tipos principais de experiências de consumo: experiências de desempenho (estrutura / função), experiências libertadoras (anti-estrutura / função), experiências estocásticas (estrutura / antifunção) e experiências de aventura (anti-estrutura / antifunção)” (LANIER JUNIOR; RADER, 2015, p. 7).

Apresentar a tipologia proposta por Lanier Junior e Rader (2015) é, portanto, relevante para expandir o conhecimento sobre a experiência de consumo. Ressalta-se que essas experiências de consumo não são mutuamente exclusivas, mas que representam posições contextuais distintas dentro de uma experiência. O Quadro 4 expõe a definição dos tipos de experiências de consumo, bem como os domínios de pesquisa.

Quadro 4 - Definição de experiências de consumo

Tipo de experiência	Definição	Domínios de pesquisa
Experiências de desempenho	São conceituadas como experiências de consumo que abordam diretamente os aspectos estruturais (ou seja, estáveis, consistentes e dominantes) que fundamentam uma forma cultural e que produzem e promovem (ou seja, consequências aparentes, explicáveis e pretendidas) que, em última análise, reforçam e apoiam essas relações estruturais.	Lojas de marca (SHERRY, 1998), ambientes de varejo (MACLARAN e BROWN, 2005), eventos esportivos (HOLT, 1995), programas de televisão (FITCHETT, 2004), videogames (DENEGRÍ-KNOTT e MOLESWORTH, 2010) e feiras (PEÑALOZA, 2001).
Experiências libertadoras	São conceituadas como experiências de consumo que abordam diretamente as relações anti-estruturais (ou seja, instáveis, inconsistentes e desordenadas) que fundamentam uma forma cultural e que produzem e promovem consequências funcionais (ou seja, aparentes, explicáveis e pretendidas), que tentam resolver os problemas anti-estrutural.	Magia, fantasia, brincadeiras e criatividade (ARNOULD e PRICE, 1993; BELK e COSTA, 1998; KOZINETS, 2001).
Experiências estocásticas	São conceituadas como experiências de consumo que abordam diretamente as relações estruturais (ou seja, estáveis, consistentes e dominantes) que fundamentam uma forma cultural, mas que manifestam consequências antifuncionais (ou seja, ambíguas, inexplicáveis e não intencionais) que realmente reforçam e apoiam essas relações estruturais.	Jogos de azar (COSGRAVE, 2006; COTTE e LATOUR, 2009; HUMPHREYS, 2010).
Experiências de aventura	A aventura não é simplesmente um aspecto de uma experiência, mas é um tipo específico de experiência que se distingue por sua capacidade de resistir a qualquer tentativa de incluí-la em uma forma estrutural ou consequência funcional.	Turismo, viagens e lazer (EWERT, 1989; PRIEST, 1992; WEBER, 2001).

Fonte: Lanier Junior e Rader (2015, p. 10, 12, 14, 17).

Assim, destaca-se que apesar da extensa pesquisa, os conceitos de aventura permanecem bastante divergentes (LANIER JUNIOR; RADER, 2015). Por exemplo, a aventura foi definida nas revistas de turismo e lazer como uma experiência de desempenho (JONES *et al.*, 2003), uma experiência libertadora (WALLE, 1997), e uma experiência estocástica, ainda que deva ser controlada ou evitada (MARTIN; PRIEST, 1986).

Desse modo, infere-se que o turismo vai além de uma experiência de aventura, podendo ser considerado também como experiência de desempenho, experiência libertadora e experiência estocástica. Isso ocorre, pois, uma experiência pode potencialmente abranger todos os quatro tipos de experiência de consumo, razão pela qual vários consumidores podem ter experiências completamente diferentes em um mesmo contexto (LANIER JUNIOR; RADER, 2015).

Mais recentemente, um conceito unificador para a experiência de consumo foi proposto por Scussel, Fogaça e Demo (2021, p. 191):

A experiência de consumo é um processo interativo entre consumidores e propostas de valor de uma organização, dentro de uma dada estrutura sociocultural, capaz de gerar respostas emocionais, cognitivas e comportamentais no consumidor, cujo produto final é o valor experiencial, beneficiando tanto os consumidores quanto as organizações.

Além disso, os autores apresentam seis dimensões que constituem a experiência de consumo, que podem ser visualizadas na Figura 2, que representa a interação entre as dimensões:

Figura 2- Dimensões da experiência de consumo



Fonte: Adaptado de Scussel, Fogaça e Demo (2021, p. 189).

A Figura 2 representa o caráter interativo que existe entre as seis dimensões, em que cada consumidor dentro de um contexto específico interage de modos distintos. Assim, Scussel, Fogaça e Demo (2021) conceituam as seis dimensões, tem-se que:

- A dimensão emocional refere-se às emoções e sentimentos vivenciados pelo consumidor inseridos no contexto da experiência. É importante ressaltar que apesar da literatura apresentar uma visão romantizada da experiência de consumo e tender a concebê-la como algo sempre positivo, a experiência de consumo pode provocar emoções e sentimentos negativos. A experiência de consumo inclui aspectos ligados aos sentimentos e emoções vivenciados por um indivíduo, a busca pelo prazer e os significados que atribui ao consumo;
- A dimensão cognitiva refere-se à atividade mental do consumidor, a capacidade de perceber o objeto da experiência, a interação, como o consumidor se comporta

e avalia essa situação. Essa dimensão também considera a memória do consumidor de experiências passadas, recomendações que recebem sobre um determinado produto/serviço/marca, bem como estímulos do ambiente de mercado, como as propagandas. Além disso, a dimensão cognitiva é responsável pela aprendizagem do consumidor;

- A dimensão utilitária envolve a percepção do consumidor sobre a utilidade de um produto, serviço ou marca, tendo como ponto de partida a busca do consumidor por um produto ou serviço. Segundo os autores, deve-se conciliar tanto perspectiva econômica tradicional do consumo que afirma que as pessoas consomem por causa dos atributos de um produto ou serviço e os possíveis benefícios, quanto à perspectiva simbólica, onde o consumidor busca o significado do que consome;
- A dimensão material traz à tona todos os artefatos envolvidos entre consumidores e a proposição de valor que levam à experiência de consumo. Por exemplo, produtos, espaço físico e funcionários;
- A dimensão pragmática está relacionada ao ato de o consumidor usar algo e sua interação com os recursos durante o processo de experiência de consumo, que incluem a interação com outros elementos do contexto da experiência, como elementos materiais, outros consumidores, funcionários e ambiente virtual;
- Por fim, a dimensão contextual que situa o consumidor no local da sua experiência de consumo, contemplando as estruturas sociais e culturais que influenciam a experiência de consumo.

Desse modo, Scussel, Fogaça e Demo (2021) vão além da ideia de que a experiência de consumo se restringe à interação entre consumidor e empresa/marca, o conceito apresentado pelos autores combina produtos e serviços (dimensão material), necessidades dos consumidores (dimensão utilitária), o ambiente em que ocorre a interação (dimensão contextual), respostas emocionais (dimensão emocional), percepções e associações na mente do consumidor (dimensão cognitiva) e o que o consumidor faz sobre o que vê, quer, percebe, sente e valoriza, bem como sua decisão de se relacionar com seus objetos de consumo (dimensão pragmática).

Portanto, o consumidor assume a posição central na experiência de consumo, no caso desta pesquisa, na experiência turística, e interage com diversos elementos. A seguir será apresentada a definição de turismo.

## 2.5 Definição de turismo

A palavra turismo vem dos termos *tour* e *turn* (inglês), que possui raiz no latim *tornus* e *tornare*. Ao longo do tempo, foi assumindo o significado de *tornar*, *retornar*, *girar*, conferindo a ideia de viagem de ida e volta (PANOSSO NETTO, 2017). Segundo o autor, o turismo constitui um fenômeno que tem como base direta a necessidade de viajar e de se deslocar e, quando essa viagem se realiza, surgem práticas e representações que levam à sua compreensão, especialmente como um fato social, econômico e cultural. Além disso, o autor salienta que o setor de turismo é um dos maiores setores do mundo em termos de movimentação econômica e de impacto social.

O turismo é a atividade que promove gastos de consumidores fora do seu local de residência pelo período de um dia a um ano (PEREIRA; HOR-MEYLL, 2017). Para Urry (2001), o turismo é uma atividade que envolve a expectativa de experiências novas e diversas, que diferem das habitualmente encontradas na vida cotidiana. De acordo com Oh, Fiore e Jeoung (2007), o turismo é uma forma de as pessoas escaparem do seu cotidiano e retornarem as suas rotinas após terem experimentado o extraordinário (ou seja, a vida não rotineira). Segundo Cohen (1974), uma das características do turismo é conotar uma mudança de rotina, algo diferente, estranho, inusitado, uma experiência não comumente presente na vida diária do viajante.

Hamed (2013) afirma que o turismo é uma experiência humana e social que compreende um conjunto de atividades que proporcionam lazer, recreação e interação social levando à sensação de felicidade, contentamento e liberdade de estresse. Segundo Agovino *et al.* (2017), as pessoas com deficiência representam um nicho amplamente subestimado do mercado turístico. Os autores afirmam que o turismo acessível pode trazer benefícios econômicos e retorno do investimento, constituindo também uma importante fonte de criação de emprego. Isso ocorre devido à sua natureza multiclente, pois as pessoas com deficiência na maioria das vezes precisam ser acompanhadas por um familiar ou amigo.

Dessa forma, a acessibilidade para todas as instalações, produtos e serviços turísticos deve ser uma parte central de qualquer política de turismo responsável e sustentável. A acessibilidade não se refere apenas a uma questão de direitos humanos, trata-se também de uma oportunidade de negócio para destinos e empresas abrangerem todos os visitantes e aumentarem as suas receitas (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2021). Assim, neste estudo é pertinente abordar o turismo acessível. Darcy e Dickson (2009, p. 34) definem o turismo acessível como uma ferramenta que “permite pessoas com requisitos de acesso,

incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas, funcionar de forma independente e com equidade e dignidade por meio da entrega de produtos, serviços e ambientes turísticos universalmente concebidos”.

Para Duarte *et al.* (2015), o turismo acessível surge como potencial motivador da inclusão social visando à ampliação da participação de todos em tal atividade com o propósito de proporcionar a oportunidade de acesso a atividades comuns e não em grupos isolados e estigmatizados. Michopoulou *et al.* (2015) acrescentam que o turismo acessível está evoluindo como um campo de pesquisa acadêmica e prático da indústria, definido dentro de um contexto social dinâmico. Os autores afirmam que o campo do turismo acessível é interdisciplinar, multidisciplinar e transdisciplinar.

Do ponto de vista da oferta, de acordo com Darcy (1997), o turismo acessível se caracteriza como o conjunto de serviços e infraestrutura que possibilitam os seres humanos com necessidades especiais apreciar as suas férias e momentos de lazer sem impedimentos. Biddulph e Scheyvens (2018), em sua pesquisa sobre o turismo inclusivo o define como turismo transformativo em que os grupos estão engajados na produção ou consumo ético do turismo e no compartilhamento de seus benefícios.

Conforme Deville (2009), há um consenso crescente de que o turismo constitui um aspecto essencial na qualidade de vida, devendo assim estar ao alcance de todas as pessoas independentemente das suas condições físicas, econômicas ou sociais. Nesse sentido, desfrutar de experiências turísticas se torna relevante ao passo que contribui positivamente na vida das pessoas. Estudos empíricos apontam que o turismo tem efeitos positivos no bem-estar e na qualidade de vida das pessoas. Esses efeitos são particularmente sentidos por pessoas com diferentes deficiências, bem como por seus cuidadores ou acompanhantes (AGOVINO *et al.*, 2017).

Conforme McCabe e Diekmann (2015), os benefícios do turismo na vida das pessoas incluem impactos na saúde, bem-estar, felicidade e qualidade de vida, argumenta-se que além de ser considerado um direito social, o turismo é uma necessidade e não um luxo. No entanto, a participação no turismo é menor entre famílias com crianças diagnosticadas com TEA do que entre famílias com crianças típicas, ou seja, com desenvolvimento neurotípico (DEMPSEY *et al.*, 2021).

Portanto, as viagens para famílias que convivem com o TEA são mais significativas quando as atividades e os locais são adequados e estão preparados para recebê-los. Salienta-se que poucos são os estudos que tratam do turismo envolvendo famílias de pessoas autistas. De acordo com Hamed (2013), são poucas as evidências de pesquisas que abordam o tema, a

maioria dos estudos preocupa-se em focar nas questões de crianças e adultos com deficiências físicas, já o TEA é um transtorno do neurodesenvolvimento. Nesse sentido, este estudo enfatiza a importância de todas as pessoas, incluindo as famílias com pessoas autistas desfrutarem de experiências turísticas.

## 2.6 Experiência turística

A experiência turística pode ser definida como uma “avaliação subjetiva (afetiva, cognitiva e comportamental) sobre eventos relacionados a atividades turísticas, que ocorre antes (no planejamento e preparação), durante (no destino) e depois da viagem (recordação)” (TUNG; RITCHIE, 2011, p. 1369). A experiência turística envolve elementos de domínio pessoal como motivação e expectativa, satisfação e insatisfação, conhecimento, memória, percepção, emoção e identidade pessoal (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). Assim, a experiência turística se inicia antes da viagem, no planejamento, preparação e expectativa e continua após o regresso do turista por meio da memória, recordação e lembrança.

Ressalta-se que no marketing, uma experiência turística é vista como uma experiência de consumo, em que os turistas consomem produtos e serviços na viagem (QUAN; WANG, 2004; MOSSERBERG, 2007). Oh, Fiore e Jeoung (2007) apontam que a experiência tem servido como um constructo chave tanto para as viagens, quanto para as pesquisas em turismo. Viajar passa a ser a procura por experiências. Para Sternberg (1997), a principal atividade produtiva do turismo é a criação da experiência turística.

Segundo Trigo (2010, p.35) “[...] a viagem precisa superar a banalidade, os aspectos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que nasça da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história”. Panosso Netto (2007) expõe que o turista é um ser histórico que está em constante formação, e que cada pessoa vivencia sua experiência turística de um modo diferente, tais experiências vividas não podem ser fragmentadas para serem compreendidas.

O principal objetivo do consumo de produtos turísticos é buscar experiências hedônicas ou prazerosas (KIM, 2014). Com o reconhecimento dos destinos turísticos como amálgamas de produtos turísticos que possibilitam aos consumidores uma experiência integrada (BUHALIS, 2000), o foco passa agora a ser proporcionar experiências turísticas únicas, extraordinárias e memoráveis (CHANDRALAL; VALENZUELA, 2013). Segundo Kim (2014) os atributos importantes do destino para promover experiências turísticas memoráveis são a cultura local, a variedade de atividades, a hospitalidade, a infraestrutura, a gestão do

ambiente/destino, a acessibilidade, a qualidade dos serviços, a geografia física, o envolvimento com o local e a superestrutura.

Hannam (2004) ao discorrer sobre o marketing turístico afirma que não existe mais a preocupação de simplesmente representar ou transmitir a imagem de um lugar, mas sim a tentativa de vender uma experiência. Pine II e Gilmore (1999, p. 39) afirmam que “[...] a oferta de experiência acontece quando uma empresa usa intencionalmente os serviços como um palco e os produtos como suporte para atrair os consumidores de forma a criar um acontecimento memorável”. Segundo os autores, quando o indivíduo compra uma experiência ele paga para passar o tempo curtindo uma série de eventos memoráveis que o envolva pessoalmente.

Ademais, tudo o que um “turista passa em um destino é uma experiência, seja ela comportamental ou perceptiva, cognitiva ou emocional, expressa ou implícita” (Oh, Fiore e Jeoung, 2007, p. 120). Ritchie e Hudson (2009) indicam três características importantes das experiências turísticas: a) as experiências são originadas do contexto social e cultural das pessoas; b) as experiências são multifacetadas; e c) as experiências são existenciais. Ademais, como afirma Panosso Netto (2007), ao analisar os bens e serviços oferecidos aos turistas, bem como a infraestrutura, percebe-se que o não turista também possui importância na experiência turística.

A experiência geral do turista é composta por inúmeros pequenos encontros com uma variedade de entidades turísticas, como taxistas, hoteleiros, garçons, bem como com elementos das atrações locais, como museus, teatros, praias, parques temáticos etc (BUHALIS, 2000). Desse modo, a vivência do turismo, consiste em experiência disponível para consumo (ANSARAH, 2009). Na perspectiva de uma experiência abrangente, quando o turista visita um lugar, ele consome como sendo um produto, de certo modo, os destinos. Na maioria das vezes, o turista não percebe a existência de elementos gerados por diferentes fontes, que mesmo tendo objetivos particulares, se valem de uma característica macro-orientadora que determina ações e é capaz de criar identidade (XU, 2009).

Dessa forma, o conjunto de componentes que compõem o produto turístico permite ao indivíduo construir sua experiência turística que pode ser positiva ou negativa. Conforme Panosso Netto (2017), o turismo envolve experiências sensoriais e psicológicas, visto que é composto por uma gama de serviços imateriais e intangíveis. Há sempre alguma experiência, boa ou ruim, que será o principal resquício de uma viagem turística. Segundo Pocock (2015), as experiências turísticas não são apenas revigorantes e interessantes, mas também assustadoras, desconfortáveis e estressantes.

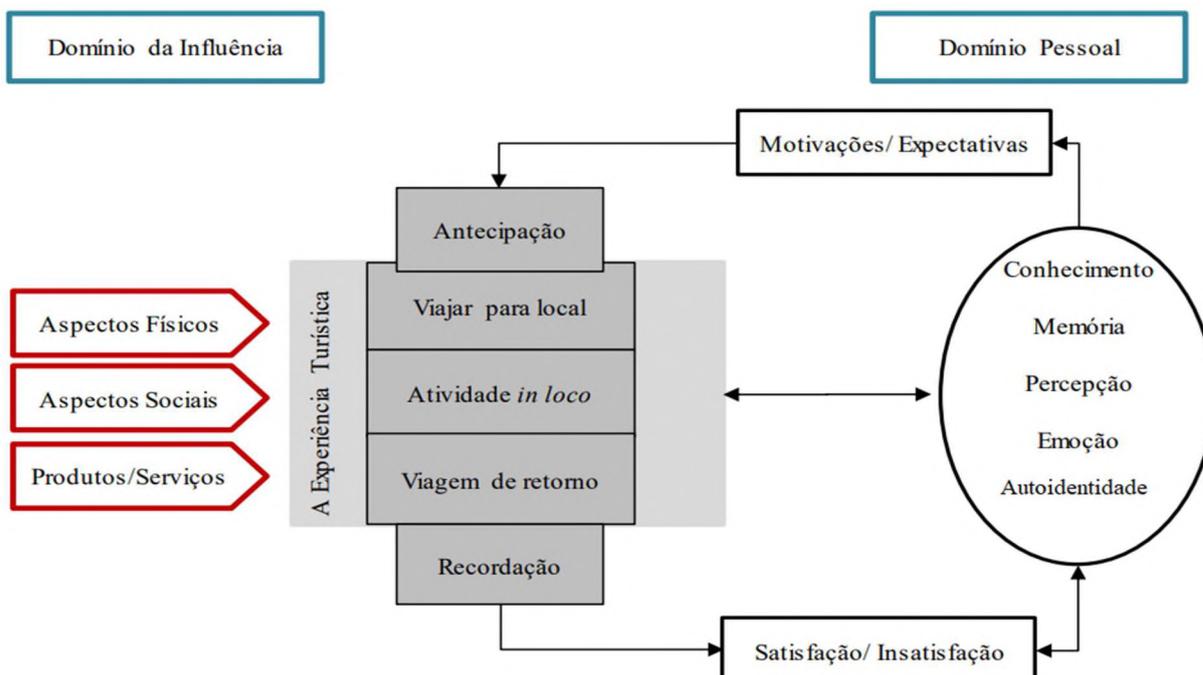
Xu (2009) considera o produto turístico como resultado da integração de cinco elementos importantes, quais sejam, a existência de múltiplos serviços, a garantia de hospitalidade, de liberdade de escolha, viabilização do envolvimento, tanto do fornecedor quanto do consumidor e a adequada estrutura física com atrativos, conforme exhibe o trecho abaixo:

Um produto turístico passa a existir quando os cinco elementos são corretamente integrados com sucesso para capturar a atenção de turistas e satisfazer ainda mais suas múltiplas necessidades. [...] Essas necessidades envolvem tanto os turistas quanto os elementos do produto turístico (XU, 2009, p. 609).

Para Balanzá e Nadal (2003), o produto turístico é formado pelo preço, por bens e serviços, pela gestão do serviço turístico, pelos recursos naturais, culturais, físicos ou artificiais e pela infraestrutura e equipamentos como aeroportos e estradas. Segundo Valls (2006), o produto turístico seleciona alguns dos atrativos existentes em um território, valoriza tais atrativos para transformá-lo em uma combinação de componentes tangíveis e intangíveis, que são recebidos em forma de experiências concretas como resultado dos benefícios gerados aos consumidores. Assim, o atrativo turístico refere-se a qualquer atividade, recurso ou elemento territorial, de infraestrutura, patrimonial, ou de outro tipo, apresentado em sua forma natural em um determinado território convenientemente tratado. Isto posto, um monumento, uma paisagem, uma praia, uma caverna e o clima são exemplos de atrativos turísticos.

Nesse contexto, Quinlan-Cutler e Carmichael (2010) propõem um modelo conceitual da experiência turística apresentando as várias dimensões que a permeiam, conforme expõe a Figura 3. As autoras afirmam que a experiência turística envolve tudo o que acontece durante o evento turístico, ou seja, a viagem ao local, a atividade no local e a viagem de retorno. Também, é importante apresentar a fase de antecipação e a fase de recordação da experiência turística para mostrar como a experiência turística é planejada antes de uma viagem acontecer e lembrada muito tempo depois de a viagem ter terminado. Além disso, durante a viagem a um local, o turista ainda pode estar em processo de desenvolvimento das expectativas do destino, assim como a viagem de retorno pode envolver reflexão sobre a viagem que acabou de acontecer (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010).

Figura 3 - A experiência turística



Fonte: Adaptado de Quinlan-Cutler; Carmichael (2010, p. 16).

Como apresentado na Figura 3, a experiência turística é composta por dois domínios, o domínio da influência e o domínio pessoal. O domínio da influência compreende os elementos extrínsecos a pessoa, quais sejam, aspectos sociais, aspectos físicos e produtos/serviços. Os aspectos físicos envolvem elementos espaciais (naturais e construídos pelo homem) e características geográficas do destino. Os aspectos sociais abrangem as várias influências sociais que podem estar presentes durante as experiências turísticas, incluindo ambientes sociais, relações pessoais, interações com o pessoal, interações com outros turistas e relações anfitrião/hóspede. A influência dos produtos e serviços abrange fatores como a qualidade do serviço, as atividades de lazer disponíveis e o tipo de produtos turísticos disponíveis. Já o domínio pessoal compreende todos os elementos de uma experiência turística que estão dentro do indivíduo, incluindo motivação e expectativa, satisfação/insatisfação, conhecimento, memória, percepção, emoção e autoidentidade. O domínio pessoal alimenta as motivações e expectativas para experiências futuras, fornecendo um ciclo de motivação/expectativa, experiência e resultado (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010).

A expectativa pode ser definida como a capacidade do indivíduo de antecipar, formar crenças e prever estados e eventos futuros (MADDUX, 1999). Em síntese, a expectativa está relacionada ao fato de o ser humano imaginar ou prever a experiência antes da sua ocorrência. Segundo Larsen (2007), as expectativas estão relacionadas em parte com características e estados do indivíduo, e em parte com expectativas específicas direcionadas a

eventos futuros. Vários fenômenos estão associados a este elemento da experiência turística, incluindo, motivação, traços de personalidade, auto-estima e emoções.

A motivação contribui para escolhas realizadas e experiências buscadas, sendo um fator importante na experiência turística (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). Embora não haja uma perspectiva unificada sobre as motivações (DANN, 1981), muitas pesquisas utilizam os fatores “*push and pull*” de Dann (1977, 1981) e Crompton (1979). Crompton (1979) identificou nove fatores motivacionais, sete foram classificados pelo autor como motivos sociopsicológicos - *push* (fuga, exploração e avaliação de si mesmo, relaxamento, prestígio, regressão, melhoria das relações de parentesco e facilitação da interação social), e dois classificados como motivos culturais - *pull* (novidade e educação).

Jang e Cai (2002) afirmam que os fatores que impulsionam (*push*) e atraem (*pull*) turistas para um destino é uma abordagem que explica efetivamente as motivações da viagem turística. Os fatores *push* estão relacionados com as motivações internas que levam turistas potenciais a tomar decisões relativas à viagem, explicando o desejo de viajar, por exemplo, fuga, experiências novas, descanso e relaxamento, busca de conhecimento, interação social, diversão e emoção, enquanto os fatores *pull* estão ligados a aspectos externos e características do destino, como, por exemplo, ambiente natural, ambiente histórico, atividade ao ar livre, limpeza, segurança e facilidade de compra.

Sirakaya e Woodside (2005) investigaram o processo de escolha de um destino turístico e concluíram que ele se assemelha a um funil, em que os viajantes restringem as escolhas entre as alternativas e são influenciados tanto por fatores sociopsicológicos quanto não psicológicos. Assim, as variáveis usadas para explicar decisões de escolha podem ser categorizadas em quatro grupos: (1) variáveis internas (atitudes, valores, estilos de vida, imagens, motivação, crenças e intenções, características de personalidade, estágio do ciclo de vida, métodos de redução de riscos e comportamento de busca de informações); (2) variáveis externas (restrições, fatores *pull*, mix de marketing, influências da família e grupos de referência, cultura, classe social e variáveis relacionadas à família, como estilo de vida); (3) a natureza da viagem pretendida (duração da viagem, tempo, distância e tamanho do feriado); e (4) experiências de viagem (sentimentos e humor durante a viagem, bem como avaliações pós-compra). A escolha final de um destino dependerá, portanto, da natureza da interação entre essas variáveis.

Segundo Quinlan-Cutler e Carmichael (2010), o conhecimento é um aspecto cognitivo da experiência turística que envolve aprendizagem e educação. As autoras identificaram quatro categorias principais de aprendizagem e desenvolvimento de habilidades

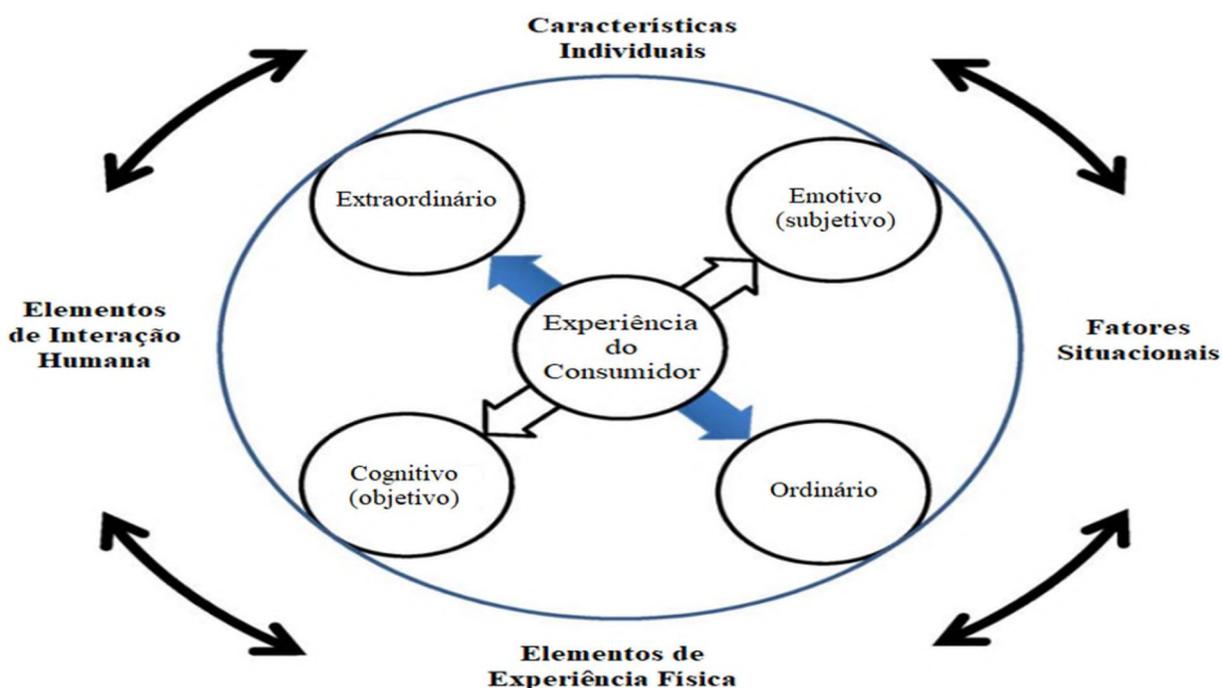
em experiências turísticas: (a) desenvolvimento cognitivo, que é a descoberta de conhecimentos e habilidades mentais; (b) desenvolvimento afetivo, trata-se da descoberta de sentimentos ou respostas emocionais; (c) desenvolvimento psicomotor, ou seja, a descoberta de habilidades manuais ou físicas; e (d) desenvolvimento pessoal, refere-se a autodescoberta.

A memória é o aspecto mais influente das experiências turísticas, pois pode influenciar fortemente outros fatores, como a percepção (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). A percepção é a maneira pela qual a entrada sensorial é processada, organizada e interpretada, sendo influenciada pelas motivações, emoções, valores, opiniões e visões de mundo, bem como as características do ambiente (LARSEN, 2007). O significado de uma experiência é baseado em uma percepção socialmente construída. No turismo, a percepção abrange como os turistas percebem os outros, como os turistas percebem a si mesmos e como os turistas percebem como são percebidos pelos outros. Essas percepções interagem com a experiência para desenvolver as interpretações de eventos, atividades e objetos, tornando a percepção um elemento vital da experiência turística. A autoidentidade envolve questões relacionadas ao tipo de pessoa que um indivíduo percebe ser (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010).

No tocante à emoção, Duarte (2012) argumenta que a emoção está presente em todas as etapas da experiência turística. Segundo o autor, primeiramente, há a emoção de ter que escolher o destino turístico. Em segundo lugar, há a emoção, preparação e expectativa da viagem. Em terceiro lugar, há a emoção e a percepção durante a experiência propriamente dita, na qual ocorre a interação com as pessoas, com os locais, com as atrações e os eventos. Finalmente, no regresso, ficam as lembranças das emoções vivenciadas durante essa experiência turística particular. Segundo Medeiros, Gosling e Vera (2015), as experiências turísticas estão, em sua maioria, associadas a momentos de descontração e contemplação, por isso quase sempre estão relacionadas com emoções positivas. No entanto, é possível que situações desagradáveis ocorram durante a viagem, gerando, assim, emoções negativas.

Ademais, outro modelo de experiência turística é o de Walls *et al.* (2011), no qual os autores apresentam a composição da experiência de consumo no turismo e hospitalidade (Figura 4). O centro da experiência é composto por dois eixos que incluem quatro elementos: ordinário, extraordinário, cognitivo e emotivo. Os autores afirmam que a experiência do consumidor é impactada por influências externas e internas, apresentando, assim, quatro fatores influenciadores da experiência de consumo: experiência física, interação humana, características individuais e fatores situacionais, tais fatores impactam de modos diferentes e tornam cada experiência única.

Figura 4 - Modelo de composição de experiências de consumo de hospitalidade e turismo



Fonte: Adaptado de Walls *et al.* (2011, p. 17).

O primeiro eixo de eventos representa a gama de experiências do ordinário ao extraordinário. Ressalta-se que Carù e Cova (2003) apresentaram o mesmo eixo que vai da experiência ordinária (comum) a experiência extraordinária, ao apresentarem uma visão menos ideológica da experiência de consumo, na qual a experiência pode assumir diferentes níveis de intensidade entre o mercado e a sociedade.

As experiências turísticas ocorrem fora da vida cotidiana e variam de experiências positivas emocionantes a experiências negativas desagradáveis. A resposta interna é representada pelo segundo eixo de eventos e variam de experiências cognitivas (objetivas) a experiências emotivas (subjetivas). Este componente significa que os indivíduos podem iniciar o processo de realização da sua experiência. Assume-se que a experiência é autogerada e que o consumidor pode controlar ou escolher se terá uma experiência ou não (incluindo experiências negativas) (WALLS *et al.*, 2011).

Em relação à a experiência física e elementos de interação humana, Walls *et al.* (2011) afirmam que as empresas de hospitalidade e turismo podem aprimorar a experiência dos consumidores através do gerenciamento de elementos físicos e de interação humana. Visando influenciar os consumidores, as empresas organizam e aprimoram o ambiente físico para atrair os cinco sentidos do consumidor e criar um ambiente fisicamente apropriado que atenda aos seus objetivos de marketing. Por exemplo, esses elementos incluem um ambiente de hotel com

cheiro fresco, esquema de cores quentes e acolhedoras e um ambiente adequadamente projetado e visualmente atraente. As empresas também podem aprimorar os elementos da experiência de interação humana por meio do comportamento dos funcionários, como usar uniformes elegantes, ter boa postura corporal, fazer contato visual e sorrir para os clientes. Além disso, é importante treinar seus funcionários. As experiências também podem ser afetadas pelas interações com outros hóspedes.

Já os dois últimos elementos, fatores situacionais e características individuais, geralmente estão fora do controle das organizações. Desse modo, a experiência do consumidor pode variar porque nem todos os produtos e serviços de hospitalidade e turismo são criados ou executados da mesma forma. Consequentemente, a experiência turística não se limita a um tipo de transação ou resposta, mas é impactada pelo tipo e estágio da experiência de consumo e também pelas características do indivíduo, como tipo de personalidade e sensibilidade ao ambiente. Os fatores situacionais incluem o propósito da viagem, os companheiros de viagem e a natureza do destino que influenciam a experiência turística. Assim, a experiência turística é "uma construção multidimensional composta por uma série de fatores externos e internos que moldam e influenciam as experiências do consumidor, que só podem existir se o consumidor participante estiver disposto e capaz de participar" (WALLS *et al.*, 2011, p. 19).

Nesse sentido, os consumidores constroem suas próprias experiências turísticas, que variam de ordinária a extraordinária e de cognitiva (objetiva) a emotiva (subjetiva). Portanto, as experiências turísticas são multidimensionais e únicas para cada indivíduo, sendo influenciadas por elementos de interação física ou humana, características individuais ou fatores situacionais. A próxima seção abordará o Transtorno do Espectro Autista, uma característica que pode influenciar nas experiências turísticas tanto da pessoa autista, quanto da sua família.

## **2.7 Transtorno do Espectro Autista (TEA)**

A primeira pesquisa a abordar o autismo foi desenvolvida por Kanner (1943) em seu artigo intitulado "*Autistic disturbances of affective contact*", considerando-o como autismo infantil precoce, o autor descreveu onze casos de crianças com características semelhantes, como incapacidade de se relacionar com outras pessoas, comportamentos estereotipados e resistência à mudança. Posteriormente, Asperger (1944) descreveu quatro casos de crianças que possuíam dificuldade de interação social e observou que as crianças tinham suas habilidades

intelectuais preservadas, entretanto, apresentavam limitações na comunicação não-verbal e na coordenação motora.

Ao longo dos anos 1950 e 1960, existiu muita confusão sobre a natureza do autismo e sua etiologia, e a crença mais comum era a de que o autismo era causado por pais que não se envolviam emocionalmente com os seus filhos. No começo dos anos 1960, houve um crescente aumento de evidências indicando que o autismo se tratava de um transtorno cerebral presente desde a infância e detectado em todos os países e grupos socioeconômicos e étnico-raciais investigados (KLIN, 2006).

Em seguida, Rutter (1978), sugeriu uma definição do autismo através de quatro características, quais sejam, atraso e desvio sociais não só como função de retardo mental; problemas de comunicação, novamente, não só em função de retardo mental associado; comportamentos incomuns, tais como movimentos estereotipados e maneirismos; e início antes dos 30 meses de idade.

No ano de 1980, o autismo foi considerado pela primeira vez no DSM-III (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais), como um transtorno invasivo do desenvolvimento (TID). No ano de 1994, com a elaboração do DSM-IV, foram incorporados novos critérios para o autismo. Já no ano de 2013, foi desenvolvido o DSM-V, o manual que está em vigor. Destaca-se que foram eliminadas as categorias de autismo, síndrome de Asperger, transtorno Desintegrativo e Transtorno Global do Desenvolvimento, passando a ser unicamente Transtorno de Espectro do Autismo.

O transtorno do espectro autista (TEA) refere-se a um transtorno do neurodesenvolvimento que se caracteriza por dificuldades de comunicação e interação social e padrões restritos e repetitivos de comportamentos, interesses e atividades (APA, 2022). O autismo surge em todos os lugares. Não está associado a uma determinada etnia, área geográfica, nível social ou econômico (HAMED, 2013). A *World Health Organization* (WHO) (2022) define o TEA como um conjunto diversificado de condições marcadas por algum nível de comprometimento no comportamento social, na comunicação e na linguagem, e por uma série de interesses e atividades que são realizadas de maneira repetitiva que são únicos da pessoa. Conforme Duarte *et al.* (2016), os procedimentos relativos tanto ao diagnóstico quanto ao tratamento da pessoa que está no espectro autista são complexos.

O Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (APA, 2014) apresenta os critérios para diagnóstico do TEA, conforme o quadro a seguir:

Quadro 5 - Critérios de diagnóstico para transtorno do espectro autista

A	<p>Déficits persistentes na comunicação social e na interação social em múltiplos contextos, conforme manifestado pelo que segue, atualmente ou por história prévia (os exemplos são apenas ilustrativos):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Déficits na reciprocidade socioemocional, variando, por exemplo, de abordagem social anormal e dificuldade para estabelecer uma conversa normal a compartilhamento reduzido de interesses, emoções ou afeto, a dificuldade para iniciar ou responder a interações sociais.</li> <li>2. Déficits nos comportamentos comunicativos não verbais usados para interação social, variando, por exemplo, de comunicação verbal e não verbal pouco integrada a anormalidade no contato visual e linguagem corporal ou déficits na compreensão e uso gestos, a ausência total de expressões faciais e comunicação não verbal.</li> <li>3. Déficits para desenvolver, manter e compreender relacionamentos, variando, por exemplo, de dificuldade em ajustar o comportamento para se adequar a contextos sociais diversos a dificuldade em compartilhar brincadeiras imaginativas ou em fazer amigos, a ausência de interesse por pares.</li> </ol>
B	<p>Padrões restritos e repetitivos de comportamento, interesses ou atividades, conforme manifestado por pelo menos dois dos seguintes, atualmente ou por história prévia (os exemplos são apenas ilustrativos):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Movimentos motores, uso de objetos ou fala estereotipados ou repetitivos (p. ex., estereotípias motoras simples, alinhar brinquedos ou girar objetos, ecolalia, frases idiossincráticas).</li> <li>2. Insistência nas mesmas coisas, adesão inflexível a rotinas ou padrões ritualizados de comportamento verbal ou não verbal (p. ex., sofrimento extremo em relação a pequenas mudanças, dificuldades com transições, padrões rígidos de pensamento, rituais de saudação, necessidade de fazer o mesmo caminho ou ingerir os mesmos alimentos diariamente).</li> <li>3. Interesses fixos e altamente restritos que são anormais em intensidade ou foco (p. ex., forte apego a ou preocupação com objetos incomuns, interesses excessivamente circunscritos ou perseverativos).</li> <li>4. Hiper ou hiporreatividade a estímulos sensoriais ou interesse incomum por aspectos sensoriais do ambiente (p. ex., indiferença aparente a dor/temperatura, reação contrária a sons ou texturas específicas, cheirar ou tocar objetos de forma excessiva, fascinação visual por luzes ou movimento).</li> </ol>
C	<p>Os sintomas devem estar presentes precocemente no período do desenvolvimento (mas podem não se tornar plenamente manifestos até que as demandas sociais excedam as capacidades limitadas ou podem ser mascarados por estratégias aprendidas mais tarde na vida).</p>
D	<p>Os sintomas causam prejuízo clinicamente significativo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo no presente.</p>
E	<p>Esses distúrbios não são melhores explicados por deficiência intelectual ou atraso global do desenvolvimento.</p>

Fonte: APA (2014, p. 50).

Os sintomas do TEA estão presentes logo no começo do desenvolvimento e afetam a vida do indivíduo. O termo espectro é utilizado devido à heterogeneidade na apresentação e gravidade dos sintomas, bem como nas habilidades e no nível de funcionamento dos indivíduos com TEA. Destaca-se que os meninos são cerca de quatro vezes mais propensos a ter TEA do que as meninas (APA, 2022).

Ademais, os sintomas do TEA podem se revelar em uma ampla variedade de combinações e variam de leve a grave. Em uma extremidade do espectro, os indivíduos tendem a ter muitos comportamentos desafiadores. No outro extremo, os indivíduos geralmente têm maiores habilidades cognitivas e podem se comunicar relativamente bem com a linguagem falada (HAMED, 2013). O Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (APA, 2014) especifica a gravidade do transtorno em três níveis – exigindo apoio muito substancial, exigindo apoio substancial e exigindo apoio –, sendo que cada um se diferencia pelos níveis de

dificuldade e a gravidade pode variar de acordo com o contexto ou oscilar com o tempo. O Quadro 6 detalha os níveis de gravidade do TEA.

Quadro 6 - Níveis de gravidade para transtorno do espectro autista

Nível de gravidade	Comunicação social	Comportamentos restritos e repetitivos
Nível 3 “Exigindo apoio muito substancial”	Déficits graves nas habilidades de comunicação social verbal e não verbal causam prejuízos graves de funcionamento, grande limitação em dar início a interações sociais e resposta mínima a aberturas sociais que partem de outros. Por exemplo, uma pessoa com fala inteligível de poucas palavras que raramente inicia as interações e, quando o faz, tem abordagens incomuns apenas para satisfazer a necessidades e reage somente a abordagens sociais muito diretas.	Inflexibilidade de comportamento, extrema dificuldade em lidar com a mudança ou outros comportamentos restritos/repetitivos interferem acentuadamente no funcionamento em todas as esferas. Grande sofrimento/dificuldade para mudar o foco ou as ações.
Nível 2 “Exigindo apoio substancial”	Déficits graves nas habilidades de comunicação social verbal e não verbal; prejuízos sociais aparentes mesmo na presença de apoio; limitação em dar início a interações sociais e resposta reduzida ou anormal a aberturas sociais que partem de outros. Por exemplo, uma pessoa que fala frases simples, cuja interação se limita a interesses especiais reduzidos e que apresenta comunicação não verbal acentuadamente estranha.	Inflexibilidade do comportamento, dificuldade de lidar com a mudança ou outros comportamentos restritos/repetitivos aparecem com frequência suficiente para serem óbvios ao observador casual e interferem no funcionamento em uma variedade de contextos. Sofrimento e/ou dificuldade de mudar o foco ou as ações.
Nível 1 “Exigindo apoio”	Na ausência de apoio, déficits na comunicação social causam prejuízos notáveis. Dificuldade para iniciar interações sociais e exemplos claros de respostas atípicas ou sem sucesso a aberturas sociais dos outros. Pode parecer apresentar interesse reduzido por interações sociais. Por exemplo, uma pessoa que consegue falar frases completas e envolver-se na comunicação, embora apresente falhas na conversação.	Inflexibilidade de comportamento causa interferência significativa no funcionamento em um ou mais contextos. Dificuldade em trocar de atividade. Problemas para organização e planejamento são obstáculos à independência.

Fonte: APA (2014, p. 52).

A prevalência do TEA aumentou dramaticamente nas últimas décadas (CHIAROTTI; VENEROSI, 2020). Segundo a *World Health Organization* (WHO) (2022), em todo o mundo cerca de 1 em cada 100 crianças tem o TEA. Entretanto, no Brasil não há dados oficiais sobre a prevalência do TEA (KRUGER, 2019). É importante mencionar que apenas no ano de 2012, foi sancionada uma lei federal voltada para o autismo, conhecida como Lei Berenice Piana, a Lei nº 12.764, de 27 de novembro de 2012, que instituiu a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com TEA. Desde então, os indivíduos com TEA são consideradas pessoas com deficiência (BRASIL, 2012). Dessa forma, garantiu aos autistas os mesmos direitos atribuídos às pessoas com deficiência na Constituição Federal de 1988.

Além da Lei Berenice Piana, em 8 de dezembro de 2020, a Lei nº 13.977 ou Lei Romeo Mion, instituiu a Carteira de Identificação da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (CIPTA). No setor do turismo, a Resolução nº 280, de 11 de julho de 2013, da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), estabelece que passageiros autistas têm direito a viajar com um acompanhante, que deverá pagar valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do valor do bilhete aéreo adquirido pela pessoa com deficiência.

Segundo Araújo, Sousa-Silva e D' Antino (2012), quando uma família se depara com o diagnóstico do TEA, acontece uma crise familiar. Para os autores, a assimilação do diagnóstico de crianças com necessidades especiais abala o funcionamento e a estrutura familiar. Para Fávero e Santos (2005), a família que convive com uma criança autista sofre mobilizações na dinâmica familiar que abrangem a qualidade de vida física, psíquica e social dos cuidadores diretos, bem como os aspectos financeiros. É necessário, portanto, que os pais façam “o luto pela perda do filho ideal, para que possam perceber as reais capacidades e potencialidades de sua criança” (FÁVERO; SANTOS, 2005, p. 361).

Os autores também apontam o afastamento social dessas famílias de uma vida social, como resultado das atividades estereotipadas da criança, o isolamento, a ausência do brincar. Além disso, identificaram que o estresse dos pais de crianças autistas está relacionado com o prejuízo cognitivo da criança, a gravidade dos sintomas e as tendências agressivas do filho. Ainda, indicam a existência de sobrecarga emocional, física e financeira ao lidar com quem possui necessidades especiais, em especial nas mães dessas crianças, além de não ser fácil conceber a ideia de uma vida normal. Porém, um aspecto relevante na dinâmica familiar da criança com TEA é o apoio social (FÁVERO; SANTOS, 2005). Hamed 2013 argumenta que as pessoas com TEA têm a prerrogativa de obter o tipo de auxílio de que necessitam a fim de participar de forma completa de todas as facetas da vida na sociedade.

No âmbito social, Silva Júnior (2021) estudou os elementos da prática no consumo de lazer em famílias com pessoas com TEA no agreste de Pernambuco. A pesquisa aponta que a incompreensão do transtorno pelos familiares, a falta de espaços públicos para promoção do lazer e o receio do constrangimento em espaços privados, inclusive em eventos familiares, são algumas das barreiras enfrentadas para o consumo de lazer. Desse modo, o estudo indica a necessidade de uma articulação entre os setores públicos e privados na oferta de materiais e competências para suprir a carência desses indivíduos, bem como a expansão do conhecimento sobre o fenômeno do TEA em outras áreas.

Em relação ao campo do turismo, a família que convive com o TEA é um dos segmentos pouco explorados pela academia (HAMED, 2013). Ademais, esta é uma área em

estágio inicial de pesquisa em turismo, e este grupo-alvo equivale a um segmento da população que realiza viagens que provavelmente aumentará de forma significativa nos anos seguintes (FREUND *et al.*, 2019).

Hamed (2013) discute em sua pesquisa o direito dos indivíduos com TEA de passarem férias de turismo alegres, tendo suas necessidades e desejos atendidos. O autor sugere que essas férias turísticas sejam planejadas e realizadas por empresas de viagens para garantir que o turista autista receba toda assistência e suporte necessários durante a viagem. Assim, o estudo mostra a importância de engajar pessoas autistas na atividade turística ao: (a) apresentar um modelo hipotético de questionário que pode ser utilizado pelas empresas de viagens como método para obter todas as informações que o cliente autista precisaria para planejar sua viagem de acordo com suas próprias necessidades e preferências; e (b) propor algumas dicas estratégicas que podem auxiliar as empresas de viagens no planejamento e implementação de viagens turísticas para os autistas.

Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017) examinaram as experiências emocionais de mães britânicas em férias com filhos diagnosticados com TEA. Embora todas as participantes da pesquisa tenham identificado benefícios em tirar férias, elas equilibram isso com a interrupção da rotina e a exposição a ambientes estimulantes sensoriais, que tornam as férias uma experiência desafiadora para elas e seus filhos. Além disso, as expectativas de se conformar a certos comportamentos e as reações do público ao comportamento de seus filhos podem aumentar as dificuldades das férias e torná-las uma experiência isoladora. Em cada etapa do processo do planejamento de férias, as mães investiram tempo, energia e trabalho emocional significativos para facilitar as viagens de suas famílias, nas quais elas mesmas vivenciavam tanto estresse quanto escapismo. Ficou evidente uma mistura afetiva de pressão e prazer nas mães que participaram do estudo. As experiências das mães mostraram como sentimentos complexos e conflitantes moldam suas experiências de férias.

Freund *et al.* (2019) investigaram a intenção de famílias espanholas com crianças diagnosticadas com TEA de viajar para acomodações acessíveis, a influência das restrições de viagem (intrínsecas, interativas e ambientais), a gravidade do transtorno e o comportamento das famílias, bem como estratégias para lidar com as restrições existentes. Os resultados indicaram que as restrições intrínsecas e a gravidade da condição influenciam a intenção de viajar para acomodações acessíveis e confirmaram que as famílias com criança diagnosticada com TEA formam um mercado heterogêneo, com famílias que estão mais dispostas a viajar se as acomodações forem acessíveis e famílias que não estão. Ainda mostraram que as famílias com crianças diagnosticadas com TEA não aspiram apenas a ficar em hotel, mas viver plenamente

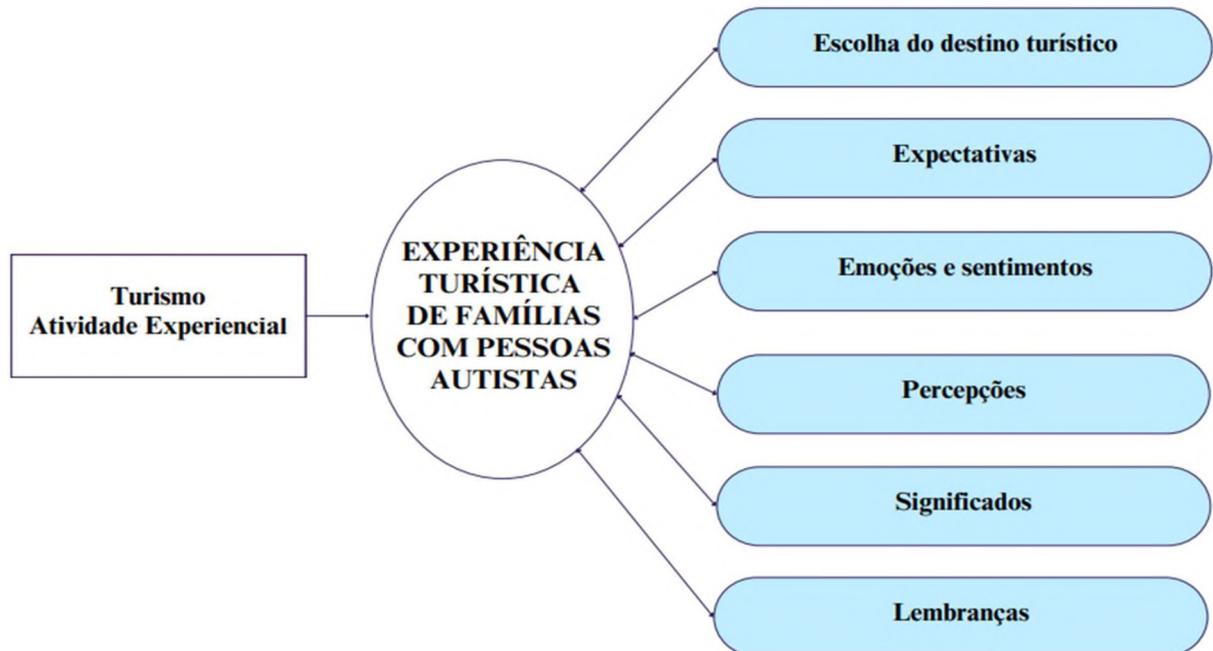
sua experiência turística com o mínimo de constrangimentos e restrições. Os autores afirmam que para que isso seja possível, pesquisadores e provedores de hospedagem precisam compreender o TEA, bem como as experiências de viagens das famílias e propor estratégias e ferramentas apropriadas para ajudar a melhorar as experiências turísticas deste grupo.

Mais recentemente, Dempsey *et al.* (2021) investigaram as experiências de viagens aéreas de famílias com crianças e jovens autistas visando identificar estressores e assim melhorar essas viagens. Segundo os autores, melhorar as experiências de viagem aérea pode permitir que pessoas autistas e suas famílias desfrutem da melhoria da qualidade de vida e aumentem a participação da família de forma mais ampla. Os resultados da pesquisa apontam que períodos de espera, multidões e estímulos sensoriais surgiram como estressores altamente significativos em todas as etapas do processo de viagem aérea. Outros estressores notáveis incluíram o cumprimento de instruções e procedimentos durante as verificações de segurança, ter que sentar em um espaço pequeno usando cinto de segurança por longos períodos de tempo durante o voo, banheiro, opções limitadas de alimentação no avião e desembarque do avião. Além de estressores gerais relacionados ao medo da separação de familiares, proximidade e comportamento de outras pessoas, tamanho do aeroporto, natureza movimentada e desconhecimento.

Salienta-se que a pesquisa de Hamed (2013) se preocupou especificamente em adultos autistas e não identificou o nível de gravidade de TEA dos adultos que participaram da pesquisa. O artigo de Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017) se concentrou nas dificuldades de desenvolvimento e sofrimento psicológico das mães de crianças com TEA nas férias e não identificou o nível de gravidade de TEA dessas crianças. Já o estudo de Freund *et al.* (2019) mediu a intenção de viajar por meio de um único item: disposição de viajar para acomodações acessíveis e investigou somente famílias com crianças com TEA nos níveis moderado e grave. Ainda, a pesquisa de Dempsey *et al.* (2021) se limitou a experiência de viagens aéreas.

Ademais, ressalta-se que os estudos anteriores apresentados acima não investigaram como ocorre a experiência turística desses consumidores (desde o pré-consumo até o pós-consumo), o que é de suma importância para compreender o comportamento desses turistas, e assim contribuir para o campo do turismo e consumo. Desse modo, a Figura 5 apresenta a síntese de investigação proposta para esta dissertação:

Figura 5 - Síntese de investigação proposta



Fonte: Elaborada pela autora

Como representado na Figura 5, o turismo é uma atividade experiencial, uma vez que as experiências turísticas são carregadas de subjetividade e tendem a ser influenciadas por características individuais, este estudo busca compreender a experiência turística de famílias com pessoas autistas por investigar suas escolhas de destinação turística, expectativas, emoções e sentimentos, percepções, significados e lembranças.

Dando continuidade, o capítulo a seguir apresenta os procedimentos metodológicos.

### 3 MÉTODO

Nesta seção são apresentados os aspectos metodológicos, bem como as etapas para o desenvolvimento desta pesquisa.

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

Esta pesquisa é de natureza qualitativa. A pesquisa qualitativa estuda, documenta, analisa e interpreta como os seres humanos constroem e atribuem significado as suas experiências (PATTON, 2015). De acordo com Merriam (2002, p. 6), um estudo qualitativo visa “descobrir e compreender um fenômeno, um processo ou as perspectivas e visão de mundo das pessoas nele envolvidas”.

O método de investigação escolhido foi o fenomenológico. Como umas das vertentes de pesquisa do paradigma interpretativista, a fenomenologia tem um olhar subjetivista da investigação científica (BURRELL; MORGAN, 1979), em que pressupostos e julgamentos são abandonados, possibilitando a geração do conhecimento a partir da interação do pesquisador com a essência de seu objeto de pesquisa (MASINI, 1989; CRESWELL, 2014), sem que haja a busca por uma verdade absoluta e definitiva (MASINI, 1989). A pesquisa fenomenológica é adequada sempre que o pesquisador queira dar destaque à experiência de vida dos indivíduos (MOREIRA, 2004).

Para Merleau-Ponty (1999), a fenomenologia consiste num relato do espaço, do tempo, do mundo vividos, numa tentativa de descrição direta da experiência tal como ela é. Deste modo, um estudo fenomenológico descreve o significado comum para vários seres humanos das suas experiências vividas de um fenômeno ou conceito. O foco dos fenomenologistas é descrever o que todos os participantes da pesquisa têm em comum quando vivenciam um fenômeno. Além disso, a redução de experiências individuais com um fenômeno para uma descrição da essência universal constitui-se como o propósito básico da fenomenologia (CRESWELL, 2014). Fonsêca (2004) indica a adoção da fenomenologia para pesquisas na área de marketing, principalmente quando é necessário descrever e compreender o que faz sentido, o que é significativo e relevante para os indivíduos em suas experiências de consumo.

Souza Júnior, Barbosa e Damascena (2014) evidenciam as três principais tradições que a fenomenologia abrange: (a) a escola transcendental ou descritiva, desenvolvida por Husserl (1970), na qual as experiências, do modo como são percebidas pela consciência humana,

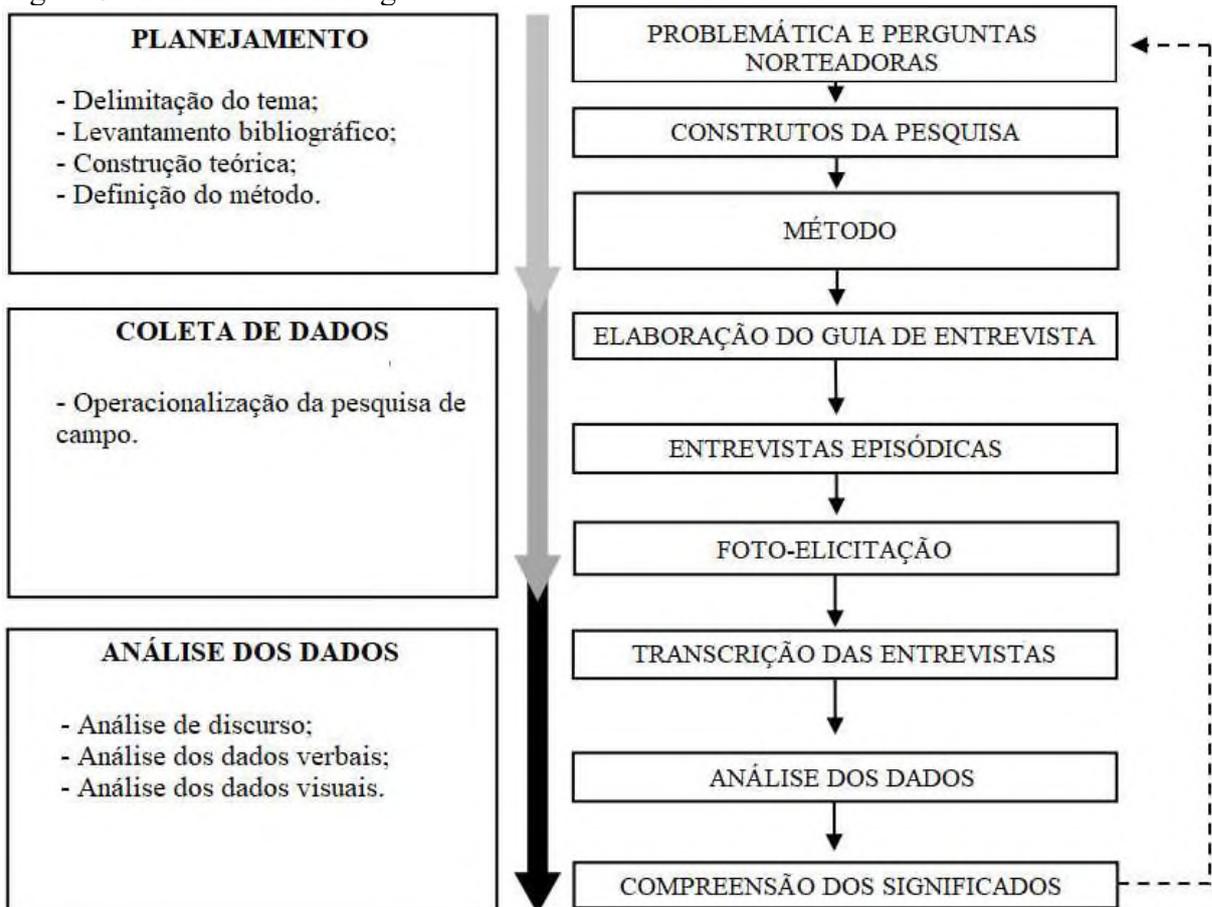
têm valor científico e devem ser tomadas como objeto da pesquisa científica; (b) a abordagem interpretativa ou hermenêutica, criada por Heidegger (1962), aluno e crítico de Husserl, essa abordagem não procura identificar categorias descritivas puras do real, mas compreender como os significados construídos pelas pessoas influenciam as suas escolhas; e (c) a perspectiva de integração, que ganhou força a partir dos anos 1990 e busca juntar as duas primeiras tradições. Esta última perspectiva, a da integração é visualizada de forma clara nas obras de Maurice Merleau-Ponty, especialmente na obra intitulada *Fenomenologia da Percepção*, de 1945/1999, que dá prosseguimento as ideias de Husserl e apresenta a fenomenologia como a ciência da busca das essências, e ainda como uma filosofia que enxerga o humano num mundo que já existe antes mesmo da reflexão, um homem em ação no mundo onde vive, como corpo próprio, num lugar e num tempo. Este corpo próprio é o que se chama de sujeito percebido, o ponto de vista do mundo, a estrutura espaço-temporal da experiência perceptual (FALABRETTI, 2010).

Para compreender as experiências turísticas de famílias com pessoas autistas, torna-se coerente a adoção da fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty como norteadora da investigação. Isso se dá, pois, trata-se de uma corrente filosófica que está fortemente direcionada para pesquisar sobre a essência da natureza do sujeito, no sentido de esclarecer, de modo natural, como ele é e o que ele percebe (MERLEAU-PONTY, 1999). Também, a escolha ocorre em razão do pensamento de Merleau-Ponty de que o próprio ser é o ser do fenômeno, possibilitando a concretização do fenômeno por intermédio das interrelações estabelecidas no mundo em que estão insertos. Assim, a experiência não será um processo definido mecanicamente, tampouco uma construção meramente fortuita, visto que as relações do ser com o fenômeno, e de ambos com o mundo estarão insertas num pano de fundo primordial que jamais se tornará algo totalmente explícito. A percepção é uma comunicação íntima entre o homem e aquilo que as coisas lhe revelam sobre si mesmas, é a porta de entrada para a existência exterior. Ao passo que o homem observa de maneira desinteressada o mundo, este se apresenta a ele em sua materialidade, quase que concomitante, fazendo com que se revele a seus olhos seus horizontes interiores e exteriores, entretanto sem nunca ser possível ver o mundo em sua totalidade (PARDELHA, 2007; SANTAELLA 2012).

### **3.2 Desenho metodológico**

O desenho metodológico apresenta de modo esquematizado o percurso realizado para o desenvolvimento desta pesquisa com o objetivo de responder as perguntas do estudo, conforme pode ser observado na Figura 6.

Figura 6 - Desenho metodológico



Fonte: Adaptado de Damascena (2017).

A primeira etapa diz respeito ao planejamento da pesquisa, que teve início com a problemática e a elaboração das perguntas norteadoras da pesquisa, seguidos do levantamento bibliográfico e da construção teórica. Além disso, o método da pesquisa foi definido, bem como os critérios para seleção dos sujeitos da pesquisa. A segunda etapa refere-se à operacionalização da coleta de dados, que foram entrevistas episódicas e foto-elicitação. Por fim, na terceira etapa, a análise dos dados, utilizou-se a análise de discurso e as entrevistas foram transcritas, codificadas, sendo possível compreender os significados de modo a responder os questionamentos da pesquisa.

A seguir, apresenta-se o *corpus* da pesquisa.

### 3.3 *Corpus* de pesquisa

O *corpus* da pesquisa refere-se à coleção finita de materiais na qual o pesquisador irá trabalhar (BARTHES, 1967). Isto posto, nesta dissertação a coleção de materiais foi composta por: (a) *corpus* textual, composto por 139 laudas (fonte Times New Roman, tamanho

12, espaçamento 1,15 e alinhamento justificado) resultantes das transcrições das entrevistas oriundas das 10 horas, 56 minutos e 30 segundos de gravações das entrevistas; e um (b) *corpus* visual, composto por 146 fotos fornecidas pelos sujeitos da pesquisa.

### 3.4 Sujeitos da pesquisa

A definição dos participantes do estudo em uma abordagem interpretativista segue uma lógica não pautada em números. A natureza dos participantes do estudo é de importância fundamental na utilização da fenomenologia, preferencialmente, essa abordagem indica, como sujeitos de pesquisa, indivíduos ou grupos de características específicas e estejam envolvidos em experiências semelhantes (VAN MANEN, 1990).

De acordo com Creswell (2014), os participantes do estudo devem ser cuidadosamente selecionados para que todos eles sejam indivíduos que experimentaram o fenômeno em questão para que, no final, se possa elaborar uma compreensão comum. Dado o tema da pesquisa, pode ser difícil encontrar indivíduos que tenham experimentado o fenômeno. Assim, para compreender a experiência turística de famílias que convivem com o TEA os sujeitos dessa pesquisa são pessoas que possuam vivência do fenômeno a ser estudado, ou seja, familiares de pessoas diagnosticadas com TEA que tenham realizado pelo menos uma viagem a lazer. Ressalta-se que essas famílias realizaram viagens com uma distância mínima de 100 km de onde moram.

Assim, para compreender a experiência turística de famílias que convivem com o TEA foram realizadas entrevistas com sujeitos brasileiros selecionados por conveniência e por indicação. Desse modo, foram contatadas pessoas através do Instagram e grupos de Facebook, bem como amigas e familiares da pesquisadora indicaram pessoas. Ressalta-se que foram contatados, mães, pais e irmãos de pessoas atípicas. Entretanto, apenas mães aceitaram participar da pesquisa.

Durante a busca por familiares de pessoas autistas, muitos pais disseram que ainda não realizaram viagens com o filho. Nessa procura surgiram alguns relatos que são importantes serem compartilhados. Houveram relatos da negação dos pais em aceitar o diagnóstico do TEA. Também relatos de motivos pelos quais algumas famílias não realizaram viagens, como a questão financeira, em que a mãe precisou sair do emprego para cuidar do filho após o diagnóstico do TEA. Ainda, houve relato que o irmão não quer sair de casa, pois “ele é viciado em jogos, e não gosta de multidões”. Além do receio de levar a criança para outro ambiente em virtude das limitações do filho, especialmente da seletividade alimentar. Ademais, ao pedir as

participantes da pesquisa que se conhecessem alguém com o perfil que por favor indicassem, a maioria dizia conhecer famílias de pessoas autistas, mas que ainda não realizaram viagens com os filhos.

As participantes deste estudo são doze brasileiras habitantes de cinco estados brasileiros (Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Rio de Janeiro e Santa Catarina) e uma residente do Reino Unido (Liverpool). Para preservar a identidade das entrevistadas, optou-se por codificar com o nome “Mãe”, visto que somente mães consentiram em participar da pesquisa, seguido do número que representa a ordem em que foram entrevistadas. A faixa etária na qual as participantes se encontram, com idades variando de 24 até 51 anos, pode ser dividida entre três grupos: a) faixa de 20 anos (Mãe 1, Mãe 3, Mãe 7, Mãe 10); b) faixa de 30 anos (Mãe 2, Mãe 5, Mãe 6, Mãe 8, Mãe 9, Mãe 11); c) faixa de 40 e 50 anos (Mãe 4, Mãe 12).

A distribuição das mães quanto ao estado civil é de 5 casadas, 3 em união estável, 3 solteiras e 1 divorciada. Quanto à renda familiar, as participantes diziam a qual faixa pertenciam, entre as sete classificações seguintes: (1) até 2 salários mínimos; (2) mais de 2 a 3 salários mínimos; (3) mais de 3 a 6 salários mínimos; (4) mais de 6 a 10 salários mínimos; (5) mais de 10 a 15 salários mínimos; (6) mais de 15 a 25 salários mínimos; (7) mais de 25 salários mínimos, que foram retiradas da classificação adotada na última Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2019), sendo atualizado o valor do salário mínimo. Sete classificações eram possíveis, variando de “até 2.424 reais mensais” até “mais de 30.300 reais mensais”. Em geral, seis participantes se encontram na faixa “mais de 3.636 a 7.272” (Mãe 1, Mãe 2, Mãe 5, Mãe 7, Mãe 9, Mãe 10), duas na faixa “mais de 7.272 a 12.120” (Mãe 3, Mãe 8), duas em “mais de 12.120 a 18.180” (Mãe 11, Mãe 12), somente uma afirmou se encaixar na faixa de “mais de 18.180 a 30.300” (Mãe 4) e uma não quis responder.

O perfil dos filhos das entrevistadas foi composto na maioria pelo sexo masculino (9), além do sexo feminino (3). A predominância do sexo masculino corrobora o dado de o autismo ser mais presente em meninos do que em meninas (APA, 2022). A idade dos filhos das participantes varia de 3 a 18 anos. Em relação ao nível de suporte do TEA, a pesquisa alcançou os 3 níveis. Desse modo, o nível de suporte dos filhos das participantes varia do nível 1 ao nível 3, como o nível de suporte do TEA não é fixo, mas pode percorrer, algumas mães informaram o nível de suporte como estando entre dois níveis. Para uma melhor caracterização das participantes da pesquisa, nos quais os discursos compuseram a base para a análise de dados, elaborou-se o Quadro 7 a seguir:

Quadro 7 - Caracterização dos sujeitos da pesquisa

Código	Idade	Estado civil	Escolaridade	Ocupação	Faixa de renda familiar mensal	Local onde reside	Qtde. de pessoas que moram na casa	Qtde. de filhos	Idade do filho (a) com TEA	Sexo do filho (a) com TEA	Nível de suporte do TEA	Duração médias das viagens
Mãe 1	28 anos	Solteira	Superior cursando	Assistente comercial de licitação	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Fortaleza – CE	5	1	4 anos	Masculino	2 - 3	3 dias
Mãe 2	38 anos	Divorciada	Pós-graduação	Professora da rede pública	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Fortaleza – CE	3	1	4 anos	Feminino	1	3 dias
Mãe 3	29 anos	Solteira	Ensino médio completo	Cuidadora	Mais de 7.272 a 12.120 reais	<i>Liverpool – UK</i>	2	1	5 anos	Masculino	1 - 2	7 a 14 dias
Mãe 4	46 anos	União estável	Doutorado	Professora universitária	Mais de 18.180 a 30.300 reais	Petrópolis – RJ	4	2	8 anos	Feminino	1 - 2	5 dias
Mãe 5	38 anos	Solteira	Superior incompleto	Assistente administrativa	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Ubajara – CE	4	1	6 anos	Masculino	2	5 dias
Mãe 6	36 anos	Casada	Ensino médio completo	Auxiliar de laboratório	Não informou	Fortaleza – CE	3	1	3 anos	Feminino	1	3 dias
Mãe 7	24 anos	União estável	Superior completo	Diretora patrimonial	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Ubajara – CE	4	2	3 anos	Masculino	2	2 dias
Mãe 8	31 anos	Casada	Superior completo	Mediadora escolar	Mais de 7.272 a 12.120 reais	Serra Talhada - PE	3	1	6 anos	Masculino	2 - 3 (não-verbal)	15 dias
Mãe 9	31 anos	Casada	Superior completo	Professora	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Fortaleza – CE	3	1	5 anos	Masculino	1 - 2	3 dias
Mãe 10	28 anos	União estável	Superior completo	Enfermeira	Mais de 3.636 a 7.272 reais	Fortaleza – CE	4	2	10 anos	Masculino	1	4 dias
Mãe 11	38 anos	Casada	Superior cursando	Estudante de psicologia	Mais de 12.120 a 18.180 reais	Palhoça – SC	4	2	15 anos	Masculino	1	3 dias
Mãe 12	51 anos	Casada	Superior completo	Arquiteta	Mais de 12.120 a 18.180 reais	Natal – RN	4	2	18 anos	Masculino	1	3 dias

Fonte: Elaborado pela autora

### 3.5 Coleta de dados

A pesquisa qualitativa possui caráter criativo, pois envolve a coleta de vários materiais empíricos que permitem ao pesquisador utilizar uma diversidade de métodos para a coleta de dados (DENZIN; LINCOLN, 2006). Para a obtenção dos dados dessa dissertação foram utilizadas duas formas de coleta de dados, quais sejam, entrevistas episódicas e foto-elicitação.

#### 3.5.1 Entrevista

Haguette (2001, p. 86) define a entrevista como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. Nesta dissertação foram utilizadas entrevistas episódicas com o auxílio de um guia de entrevista (APÊNDICE C) que objetiva orientar o entrevistador para os campos específicos a respeito dos quais se buscam respostas (FLICK, 2017).

As entrevistas foram agendadas e realizadas de forma virtual, durante o período de 1 de dezembro de 2022 a 16 de março de 2023, por meio da plataforma *Google meet*, que possibilita a gravação dos dados, com o consentimento prévio das participantes, para posterior análise através da transcrição das falas. Destaca-se que, as pessoas que se dispuseram a participar preencheram o termo de consentimento através de um link do formulário on-line do *Google* (APÊNDICE E).

Segundo Creswell (2014), a coleta de dados em estudos fenomenológicos geralmente consiste em entrevistas realizadas em profundidade com os participantes que experimentaram o fenômeno. Polkinghorne (1989) recomenda que os pesquisadores entrevistem de 5 a 25 indivíduos que experimentaram o fenômeno. Entretanto, a presente pesquisa utilizou o critério de saturação das respostas das entrevistas, finalizando a coleta de dados quando não estiverem sendo acrescentadas novas informações (BAUER; AARTS, 2017). Na presente pesquisa, não foi estabelecido um número mínimo de entrevistas, julgou-se que a saturação foi atingida com os dados coletados nas 12 entrevistas, quando se percebeu a repetição de informações e o volume de dados permitiram a compreensão satisfatória do fenômeno.

O quadro 8 apresenta o tempo de duração e a quantidade de laudas de cada entrevista.

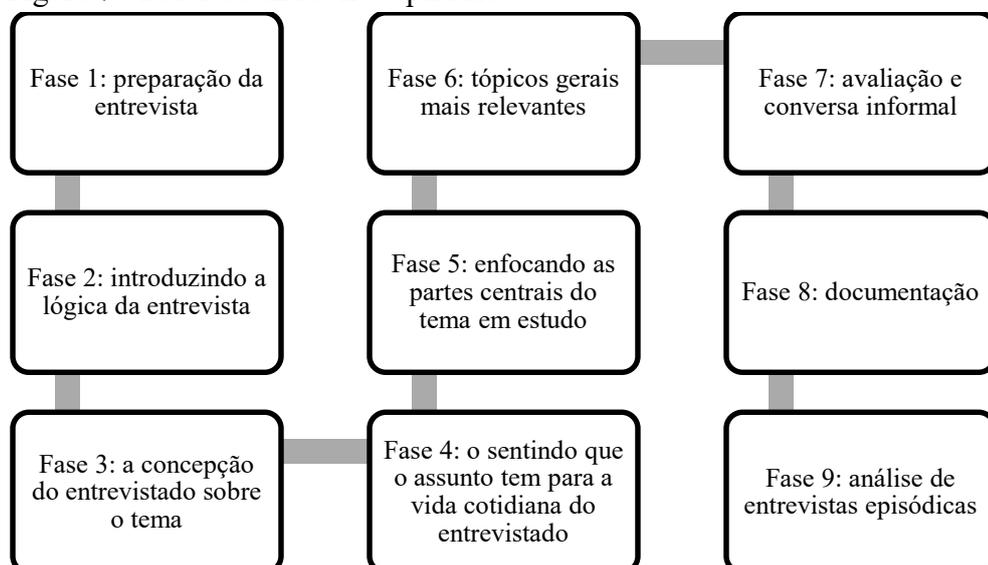
Quadro 8 - Duração das entrevistas e quantidade de laudas

Entrevistas	Tempo de duração	Laudas
Entrevista 1	35'27"	9
Entrevista 2	54'58"	13
Entrevista 3	46'29"	10
Entrevista 4	56'56"	12
Entrevista 5	49'04"	9
Entrevista 6	28'51"	6
Entrevista 7	27'25"	6
Entrevista 8	54'42"	11
Entrevista 9	99'59"	20
Entrevista 10	40'48"	9
Entrevista 11	65'42"	15
Entrevista 12	96'09"	19

Fonte: Elaborado pela autora

Moustakas (1994) sugere a realização de duas perguntas amplas e gerais, questionando sobre o que a pessoa experimentou em termos do fenômeno e quais contextos ou situações influenciaram as suas experiências do fenômeno. Neste estudo, foram utilizadas entrevistas do tipo episódica que seguem as fases propostas por Flick (2017) conforme Figura 7. A escolha da entrevista episódica se deu por ser uma técnica que busca a contextualização das experiências e acontecimentos, como aponta Flick (2017). Segundo o autor, a entrevista episódica é, em si mesma, uma tentativa de colocar em termos concretos uma triangulação interna ao método através da combinação de diferentes enfoques no que diz respeito ao tema em estudo objetivando aumentar a qualidade dos dados, das interpretações e dos resultados.

Figura 7 - Fases da entrevista episódica



Fonte: Elaborada pela autora com base em Flick (2017).

Assim, é importante detalhar as etapas apresentadas na figura acima. Conforme Flick (2017), a primeira fase é a de preparação da entrevista por meio de um guia, utilizou-se nesta dissertação um guia de entrevista destinado a orientar a entrevistadora para as áreas específicas onde se buscavam narrativas e respostas. Salienta-se que se trata de um guia e que as entrevistas deste estudo ocorreram de modo flexível conforme as experiências e as falas foram surgindo. Na segunda fase foi apresentado o objetivo da pesquisa, foi explicado o caráter das perguntas para o entrevistado, bem como foi reafirmado o aspecto ético da pesquisa, especialmente no que diz respeito a preservação do anonimato. Além disso, alguns dados sociodemográficos foram coletados. A terceira fase teve como finalidade saber a opinião do entrevistado sobre o tema. A quarta fase buscou saber o sentido do tema na vida cotidiana da família. Já a quinta fase focou nos aspectos-chave do tema, como definido pela questão central desta pesquisa. A sexta fase objetivou ampliar o alcance da entrevista por mencionar tópicos gerais mais relevantes. A sétima fase foi reservada para avaliação e conversa informal, onde perguntou-se as participantes se tinha algo ou algum relato que gostariam de acrescentar. Na oitava fase, de documentação, que tem por finalidade contextualizar as narrativas e respostas recebidas do entrevistado, utilizou-se uma folha de documentação (APÊNDICE D) após as entrevistas. Por fim, a última fase, a de análise das entrevistas, na qual foi escolhida a análise de discurso para a interpretação das narrativas e respostas.

A seguir, será abordada outra técnica de coleta de dados, a foto-elicitação.

### ***3.5.2 Foto-elicitação***

Como outra forma de coleta de dados, a foto-elicitação foi utilizada ao mesmo tempo que a entrevista. O emprego de métodos visuais de coleta e análise de dados em pesquisas de marketing, como também a inclusão de imagens coletadas nos resultados das pesquisas possibilita grande riqueza de informações, pois se acredita que pode proporcionar objetividade e credibilidade, visto que uma informação visual fornece a prova tangível da existência de determinado fenômeno (MENDONÇA; BARBOSA; DURÃO, 2007).

A adoção desta técnica ocorreu por ser uma forma de ajudar na compreensão das experiências turísticas das famílias, especialmente por fazer com que as pessoas lembrem das suas experiências e relatem novas informações, como realmente aconteceu durante a apresentação das fotos enviadas pelas mães. Fundamentalmente, a foto-elicitação é um método de pesquisa que integra fotografias no processo de entrevista. As fotografias são inventários visuais de pessoas, objetos e artefatos. Desse modo, as imagens despertam elementos mais

profundos da consciência humana do que apenas palavras. Isso ocorre devido às partes do cérebro que processam a informação visual serem mais antigas do que as que processam a informação verbal (HARPER, 2002). Ainda, as fontes de dados visuais como as fotografias podem revelar informações sobre o consumo, descrevendo formas, movimentos e outros detalhes de pessoas e situações que não foram mencionadas (WITKOWSKI; JONES, 2006).

A abordagem visual, segundo Mendonça, Barbosa e Durão (2007, p. 58), trata-se de “um enfoque metodológico em que o pesquisador, ao estudar um fenômeno social, utiliza as imagens como fonte de dados, sejam elas estáticas (fotografias) ou em movimento (filmes e vídeos)”. Um aspecto importante sobre integrar a foto-elicitação em entrevistas é que as fotografias oferecem formas de representações alternativas à fala e à escrita (SHAW, 2013). Esta técnica pode ser utilizada para obter uma compreensão mais complexa das experiências humanas (DOUGLAS, 1998). Além disso, o uso da foto-elicitação na pesquisa pode agregar validade e confiabilidade a pesquisas baseadas em palavras (HARPER, 2002).

Heisley e Levy (1991) apontam que os pesquisadores passam a empregar os recursos audiovisuais como método de pesquisa científica, em formato de vídeo, filme ou foto, para: (a) criar inventários culturais; (b) estímulo projetivo (foto-elicitação); e (c) examinar artefatos sociais. Para criar inventários culturais, os pesquisadores desenvolvem coleções fotográficas destinadas a retratar pessoas, objetos e eventos em um contexto específico. Já o estímulo projetivo (foto-elicitação) possibilita que os pesquisadores utilizem imagens como estímulo para suscitar histórias e tornar as entrevistas mais produtivas. Para examinar os artefatos sociais, o pesquisador objetiva decifrar temas e padrões de determinada cultura, visto que se acredita que as imagens podem ser estudadas como dados da cultura quando são examinadas em um determinado contexto sociocultural.

Nesta dissertação, o estímulo projetivo (foto-elicitação) foi utilizado com a entrevista. Ao utilizar a foto-elicitação nas entrevistas, o pesquisador obtém um “senso fenomenológico” (Harper 1986, p. 23) à medida que o participante explica o significado da fotografia. Entretanto, conforme Bates, McCann, Kaye e Taylor (2017) há uma falta de orientação pragmática ou mesmo de consenso sobre como a foto-elicitação pode ser aplicada. Desse modo, os autores supracitados fornecem orientações de como empregar essa técnica de coleta de dados, algumas dessas orientações serão utilizadas neste estudo.

Posto isto, foi solicitado aos participantes da pesquisa que escolhessem e enviassem para a pesquisadora fotografias de viagens de turismo realizadas com o seu filho. Ainda, cada participante recebeu instruções (APÊNDICE F) sobre a coleta das fotografias para a realização da pesquisa informando a finalidade da pesquisa, o conteúdo das imagens (fotografias de

viagens turísticas realizadas com o filho), a quantidade de fotos necessárias e a realização do envio das fotos antes da data da realização da entrevista e no momento da entrevista as fotografias foram compartilhadas na tela. Destaca-se que ao utilizar fotografias nas entrevistas, o objetivo principal é acessar e interpretar as experiências das pessoas em seus mundos através do estímulo visual (BATES; MCCANN; KAYE; TAYLOR, 2017). O Quadro 9 expõe a quantidade de fotos fornecidas por cada participante.

Quadro 9 - Quantidade de fotos (foto-elicitção)

Entrevistadas	Quantidade de fotos
Mãe 1	10
Mãe 2	4
Mãe 3	13
Mãe 4	18
Mãe 5	8
Mãe 6	2
Mãe 7	2
Mãe 8	18
Mãe 9	33
Mãe 10	9
Mãe 11	20
Mãe 12	9
<b>Total</b>	<b>146</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Assim, ao todo foram coletadas 146 fotos de viagens turísticas realizadas pelas famílias de pessoas autistas. Ao realizarem a foto-elicitção, alguns pesquisadores decidem mostrar as fotografias aos participantes, uma a uma, solicitando comentários sobre cada uma das imagens. Também, alguns pesquisadores optam por expor todas as fotos e assim iniciar a conversa. Os questionamentos iniciais são amplos, por exemplo, o motivo da escolha da imagem, e a partir de então a temática vai sendo desenvolvida (ROSE, 2016). Nesta dissertação, no decorrer da entrevista, optou-se por apresentar as fotos individualmente e foi perguntado as participantes questões sobre o motivo da escolha da foto, o significado da foto ou que a foto representava para as entrevistadas, além de deixar a pessoa livre para discorrer sobre a foto, sobre o contexto ou relatar o que lembrava. A pesquisadora também pedia as fotos antes da data da entrevista e observava as fotos com o intuito de poder fazer perguntas mais específicas, especialmente sobre algumas questões relacionadas ao autismo como seletividade alimentar, sensibilidade a texturas, sensibilidade a ruídos e estereotípias, a fim de entender a relação desses fatores com as experiências turísticas.

A próxima seção apresenta a análise dos dados.

### 3.6 Análise dos dados

Conforme já mencionado, de acordo com Creswell (2014), o objetivo da fenomenologia e, portanto, do método fenomenológico de pesquisa é descrever a estrutura total de experiência vivida e seus significados para aqueles que a vivenciam. Esta pesquisa utiliza a fenomenologia da percepção, de Maurice Merleau-Ponty, para compreender os diversos significados possíveis que o sujeito que vivencia o consumo pode construir enquanto consumidor. Salienta-se que por ser uma pesquisa qualitativa, de maneira nenhuma visa alcançar generalizações, mas em focalizar a atenção para compreender o fenômeno, com rigor metodológico fundamentado na seriedade e ética na condução dos procedimentos estabelecidos (CRESWELL, 2007).

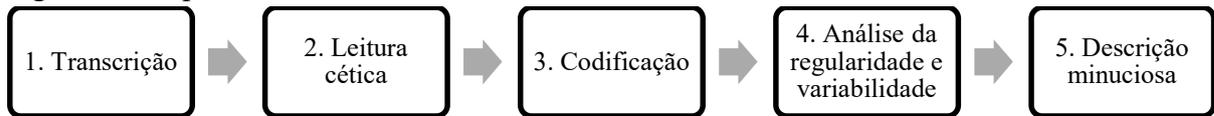
Para se desenvolver a metodologia fenomenológica de Merleau-Ponty é necessário analisar a estrutura do fenômeno com base na percepção do sujeito (MERLEAU-PONTY, 1999). Desse modo, adotou-se a análise de discurso para analisar os dados. Segundo Vergara (2005), a análise de discurso é um método que objetiva tanto compreender como uma mensagem é transmitida, quanto explorar o seu sentido. Para Cabral (2005), o foco da análise de discurso é a maneira como a língua é produzida e em seguida interpretada em um dado contexto.

A análise de discurso adotada nesta pesquisa foi a pragmática, também chamada de interpretação social do discurso. A análise pragmática de discurso é uma análise contextual, na qual os argumentos tomam sentido na interação com o sujeito que o emite (ALONSO, 1998), com o objetivo de descrever o que as pessoas fazem ao usar a linguagem (GODOI, 2005).

Além disso, optou-se por utilizar o discurso direto. Segundo Sousa (2014), o discurso direto propõe-se a reproduzir a fala do sujeito exatamente como foi proferida. Além disso, no discurso direto “o leitor ou o ouvinte tem a impressão de que quem cita preservou a integridade do discurso citado e de que, portanto, é autêntico o que ele reproduziu. É como se ouvisse a pessoa citada falar com suas próprias palavras e com a mesma carga de subjetividade” (FIORIN; SAVIOLI, 2006, p. 184). Ressalta-se que foram utilizadas aspas simples para as falas de terceiros reproduzidas pelas entrevistadas. Segundo Fiorin e Savioli (2006), o uso das aspas é um recurso linguístico para demarcar a voz alheia no texto. Ainda, a pesquisadora optou por utilizar itálico em falas ditas pelas entrevistadas em um momento do passado.

Esta dissertação seguiu as etapas de análise de discurso propostas por Gill (2017), conforme apresentado na Figura 8.

Figura 8 - Etapas da análise de discurso



Fonte: Elaborada pela autora com base em Gill (2017).

A primeira etapa é a transcrição, uma boa transcrição deve ser um registro tão detalhado quanto possível, a transcrição não pode sintetizar a fala ou corrigi-la; ela deve registrar a fala literalmente, com todas as características possíveis. A segunda etapa, trata-se da leitura cética, em que o ponto inicial útil é a suspensão da crença naquilo que é tido como algo dado, a autora sugere a realização da leitura do texto focando na construção, organização e funções do discurso. A terceira etapa é a codificação, na qual são utilizadas categorias determinadas pelas questões de interesse. A quarta etapa refere-se a análise da regularidade e variabilidade do discurso, em que são identificados nos dados padrões, bem como variabilidade, ou seja, diferenças. Por fim, os dados são descritos detalhadamente.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta pesquisa objetivou compreender as experiências turísticas de famílias com pessoas autistas sob a perspectiva da fenomenologia da percepção de Maurice Merleau-Ponty. Para Merleau-Ponty (1999), a fenomenologia é o caminho pelo qual se torna possível obter um relato do espaço, do tempo, do mundo vivido na tentativa de descrever diretamente a experiência tal como ela é. Trata-se de uma fenomenologia existencialista, que está interessada no ser, no homem histórico, engajado e existente no mundo (MARTINS, 1992; FERRAZ, 2009) e que se encontra condicionado por sua situação concreta no mundo (SANTAELLA, 2012).

Isto posto, os tópicos apresentados nesta seção estão organizados de modo a responder à questão central proposta nesta investigação. Assim, a seção inicia apresentando a análise dos dados visuais decorrentes da foto-elicitação e em seguida a análise dos dados verbais.

### 4.1 Análise e discussão dos dados visuais

Segundo Mendonça, Barbosa e Durão (2007, p. 57) incluir imagens coletadas nos resultados fornece uma riqueza de informações, pois “o uso de fotos pode proporcionar objetividade e credibilidade, na medida em que uma imagem fornece prova tangível da existência de determinado fenômeno”. Nesse sentido, esta seção apresenta 11 categorias que emergiram das imagens coletadas através da foto-elicitação. Assim, foi possível expandir o entendimento do significado que as experiências turísticas possuem para as mães, além de aprofundar os relatos das vivências, visto que as mães ao ver as fotos lembraram e relataram novas informações. Ressalta-se que visando preservar a identidade das famílias, as fotos que continham os rostos foram borradas.

#### 4.1.1 Viagem aérea

A experiência de viajar de avião costuma ser desafiadora para pessoas autistas e suas famílias. Dempsey *et al.* (2021) realizaram uma pesquisa sobre viagens aéreas de famílias com crianças e jovens autistas, e afirmam que as viagens aéreas apresentam uma série de estressores que influenciam a participação no turismo envolvendo essas famílias. Ainda, apontam que algumas famílias optaram por não viajar de avião com seu familiar autista por causa de suas preocupações. Além disso, a maioria dos entrevistados com experiência em viagens aéreas relataram levar seus filhos autistas apenas em voos curtos anualmente ou com

menos frequência. Apesar de preparem seus filhos com antecedência, muitos relataram que a experiência foi desafiadora e uma proporção significativa dos entrevistados indicou que não voltaria a viajar de avião com seus filhos autistas no futuro.

Nesta pesquisa, as mães 3, 8 e 12 enviaram fotos no aeroporto ou dentro do avião e expressaram o que as fotos significam para elas. Assim, a Mãe 3, que é mãe solteira, relata que poderia ter sentido medo de viajar sozinha com o filho, mas mesmo assim foi. Além disso, a mãe conta que fez uma adaptação de um carrinho porque o filho estava cansado:

Figura 9 - Viagem aérea 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa [foto à esquerda] indo pro Brasil, aí eu sozinha com todas essas malas, né? Tipo, por que que eu teria medo, né? **Podia ter medo, mas eu fui com ele**, com todas essas malas, eu fui. Tava feliz que tava indo ver as primas. [...] Esse era o ex mascote [brinquedo que está segurando] da sala dele, daí no final do ano letivo, eles deram pra ele levar pra viagem. [...] Essa [foto à direita] é dentro do aeroporto depois que a gente despachou as malas. Então eu tive que **adaptar** ali um carrinho, colocar a mala embaixo porque ele tava cansado. Então assim, foi uma adaptação ali na viagem que eu fiz, né, esse carrinho (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

A mãe também relata que o filho gosta de viajar de avião e que o filho estava feliz:

Essa [foto à esquerda] é dentro do avião que a gente tava, **como ele tava se comportando dentro do avião, né? Como que ele gosta, né, de tá ali viajando**, não é algo que ele tava sofrendo, ele tava feliz que ele tava lá dentro. [...] Essa [foto à direita] foi uma viagem dentro do Brasil, a gente estava indo para Curitiba, ou voltando de Curitiba, algum dos dois, a gente tava fazendo uma viagem dentro do Brasil. [...] Ele tava mostrando o *airplane*, né, que é **algo que ele gosta** (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

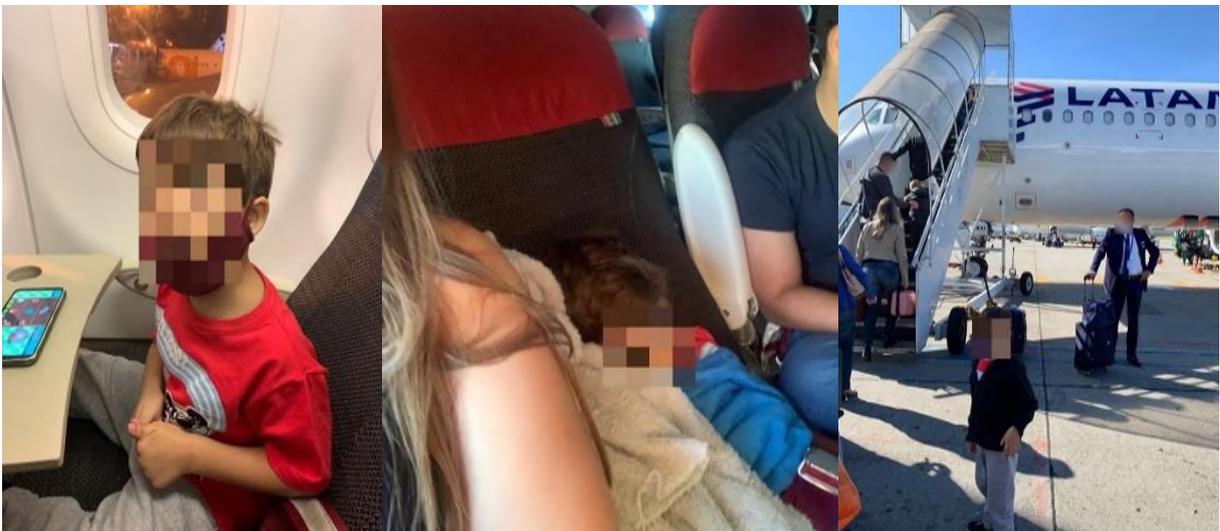
Figura 10 - Viagem aérea 2



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 8 também apresentou fotos mostrando o comportamento do filho na viagem aérea, que era a parte que ela estava mais preocupada em relação a viagem:

Figura 11 - Viagem aérea 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Aqui é no avião [foto à esquerda], acho que a gente tava indo pra São Paulo, aí a gente fez uma conexão em São Paulo, ele **tava super tranquilo** e era de madrugada. [...] Como (nome do filho) é tranquilo, né? Eu tava até tirando foto pra mandar pra minha mãe pra ela ver que ele tava super tranquilo. [...] Ele dormiu [foto central], acho que a gente tava saindo de São Paulo, tava chegando em Porto Alegre, ele dormiu e aí eu fiz a foto, ele tava tão de boa que dormiu. [...] Aí foi a conexão [foto à direita], a gente tava indo pra Porto Alegre aí, né? Tava saindo de São Paulo, **ele muito animado, eu até fiz a foto que ele achou incrível ver o avião** (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

A Mãe 8 também contou que o filho se divertiu no aeroporto durante a espera do táxi, conforme a Figura 12 e o trecho a seguir mostra:

A gente tava chegando lá, ele tava muito animado. Aí ele dormiu um pouco e acordou com todo gás. E aí tava correndo de um lado pro outro, aí eu peguei esse carrinho e botei ele em cima, **ele se divertiu muito até a gente conseguir um táxi** pra chegar em Gramado ele se divertiu demais (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Figura 12 - Viagem aérea 4



Fonte: Dados da pesquisa.

Ademais, a Mãe 8 expressou o significado das fotos da experiência de viagem aérea do filho:

Acho que uma **vitória**, né, era um pós-pandemia, foi a primeira viagem de avião de (nome do filho), **ele demonstrou um comportamento adequado pra uma criança na idade dele, foi ótimo, não me deu trabalho, não fugiu no aeroporto, não saiu correndo, sempre perto da gente, é motivo de orgulho assim ver que vem dando resultado o que a gente vem fazendo [...]** Pra uma mãe típica uma viagem de avião não seria nada demais, pra mim é porque são muitas horas, eu fiquei com **medo dele se desorganizar**. É, sei lá, talvez ter alguma sensibilidade ao som mesmo que não apresente, mas ninguém sabe, né, pode apresentar (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Assim, para a Mãe 8 a experiência de realizar uma viagem aérea com seu filho significa uma vitória. A mãe ainda indica a diferença dessa experiência para uma mãe típica e relata que ela, como uma mãe atípica, ficou com medo de que a viagem fosse desorganizar o seu filho. Ressalta-se que o filho que tem 6 anos embora seja uma criança não verbal, não tem problemas com mudança de rotina, conforme relatado pela mãe.

A Mãe 12 enviou uma foto dentro do avião com os seus dois filhos e falou o que a foto representa:

Figura 13 - Viagem aérea 5



Fonte: Dados da pesquisa.

Ah, a **união de nós três, dos meus filhos juntos, que eles continuem sempre juntos, unidos**, sabe? Eu sei que (nome do filho mais novo) é uma criança muito ativa, muito, faz tudo, ele é muito assim, sabe tudo, sabe, um menino assim bem desenvolvido, tem muitos amigos, né, **bem diferente de (nome do filho), que só tinha um amigo lá em Pernambuco e quando chegou aqui não conseguiu fazer amizade, tem dificuldade** (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Nesse relato, a mãe expressa a dificuldade do filho em fazer amizades, o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, ao apresentar os critérios para o diagnóstico do TEA explica que isso ocorre devido aos “déficits para desenvolver, manter e compreender relacionamentos, variando, por exemplo, de dificuldade em ajustar o comportamento para se adequar a contextos sociais diversos a dificuldade em compartilhar brincadeiras imaginativas ou em fazer amigos” (APA, 2014, p. 50).

Portanto, é possível perceber como as mães superaram seus medos e viajaram de avião com seus filhos. Além disso, fica evidente o quanto essas experiências são significativas para essas famílias.

#### ***4.1.2 Viagem rodoviária***

A Mãe 2 relatou como foi a sua experiência ao viajar com a sua filha de ônibus, durante a entrevista a mãe contou que já viajou com a filha de carro com outras pessoas, mas

que essa foi a primeira vez que as duas viajaram sozinhas e de ônibus. Porém, a mãe relata que não teve uma boa experiência, visto que os funcionários da empresa de transporte rodoviário não respeitaram o atendimento prioritário que a sua filha tem direito:

Essa foi em Fortaleza, ela já tava ficando cansada de esperar o ônibus, mas aí ela disse assim ‘mamãe, vamos tirar uma foto?’ Aí eu *se eu tirar uma foto, tu fica feliz?* Aí ela ‘fico’. **Ela tava já irritada, já tava começando a querer chorar.** Aí ela ‘eu fico feliz’. Aí eu *pois tá bom, pois eu vou abrir a câmera.* Aí quando eu abri a câmera, ela baixou a máscara, ‘baixa a máscara mamãe, mostra o sorriso’. Aí eu tirei a foto, aí eu escolhi essa foto por isso, porque foi ideia dela. [...] Aqui eu já tinha voltado, já tinha ido pegar a fila lá, já tinha ficado perto do motor do ônibus no calor e aí eu voltei pra deixar eles lá, **já que não vão respeitar a prioridade, eu vou ficar sentada, depois eu venho, quando o motorista tiver subindo, aí a gente embarca.** E aí foi isso que eu fiz (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Figura 14 - Viagem rodoviária 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Como relatado a filha já estava cansada de esperar e mesmo utilizando o colar do autismo com a carteira de identificação, não foi respeitada a prioridade. A mãe também relatou o sentimento que sentiu por realizar essa viagem com a sua filha:

Essa foi quando a gente chegou, assim que a gente chegou na rodoviária, eu disse (*nome da filha*) *tá preparada?* Ela ‘tô’. Eu disse *tu vai mesmo viajar?* Ela ‘vou’. Eu disse (*nome da filha*) *tu vai passar quase 5 horas dentro do ônibus?* ‘Tem problema não mamãe, eu sou forte!’ Eu disse, *pois para aí e faz uma pose de garotona pra mostrar que tu é forte.* Aí ela parou, por isso que ela tá com essa cara bem séria assim. Aí eu tirei essa foto porque **é o início, é o início da viagem, é o início da nossa aventura.** E eu fiquei muito feliz, porque é outra coisa que essa viagem representou pra mim particularmente como mãe foi a **independência.** Porque eu fui casada com o pai dela durante, é, até os 2 anos dela, 2 anos e alguma coisa, né? A gente separou, divorciou só esse ano, mas até os 2 anos e pouquinho a gente ainda era casado. Eu

tinha muito medo de sair só com ela, eu nunca saía só com ela, eu nunca saía só com ela. Ele também não gostava de sair, então ela tinha zero vida social e eu sempre tive uma vida social agitadíssima, e eu queria sempre incluir a minha filha nisso. Eu nunca, eu nunca fui a mãe que deixa o filho em casa e vai, sabe, curtir. É eu saio, eu me divirto com os meus amigos. Durante a pandemia a gente passou muito tempo recluso, eu e ela, porque ela tem um estado de saúde delicado, respiratório também. Então eu respeitei muito a quarentena. A gente passou a primeira onda da covid, a gente passou cento e [pensando] acho que 116 dias em isolamento total. Eu, ela e o pai sem descer do apartamento que a gente morava, 116 dias, mais ou menos, eu tenho anotado isso, eu tenho anotado. Então assim, **ela não tinha muita vida social e depois que eu me separei vem aquele baque, né?** Eu sozinha e tudo, eu tenho minha tia que ela chama de vó pra me ajudar com essas coisas da vida cotidiana, botar pra dormir, ficar com ela enquanto eu vou trabalhar, essas coisas, mais isso de passear, eu sou a mulher do lazer também (risos). **Aí eu queria muito ter isso com ela. Então, nesse dia eu estava absurdamente feliz e eu queria retratar ela nesse momento, não a mim, mas ela, mostrar pra ela daqui há uns anos. Olha filha, essa foi a primeira vez que a gente viajou sozinha.** Porque a gente encontrou pessoas lá, mas nós fomos e voltamos sozinhas. Então isso pra mim é um **sentimento de realização muito grande** (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Figura 15 - Viagem rodoviária 2



Fonte: Dados da pesquisa.

Pôde-se constatar nesse relato o sentimento de realização da mãe por ter conseguido realizar uma viagem com a família ainda mais depois de muito tempo em isolamento social devido à pandemia da Covid-19, até mesmo porque como a mãe falou, o estado de saúde da filha é delicado. A mãe também contou sobre a sua vida pessoal e retratou a viagem como uma aventura das duas, na qual a mãe se sentiu uma pessoa independente. Ademais, a mãe relata que no dia de viajar ela estava “absurdamente feliz”. Segundo Hamed (2013), o turismo é uma experiência humana e social que abrange um conjunto de atividades que levam à sensação de felicidade.

### 4.1.3 Ambiente tranquilo

A dificuldade em lidar com mudanças, bem como a dificuldade de interação social estão presentes no Transtorno do Espectro Autista (APA, 2014). Nesse sentido, as mães relataram que preferem espaços mais tranquilos, que tenham poucas pessoas. A Mãe 1 ainda menciona que quando chegou na pousada, pensou que o filho ia querer voltar para casa:

Figura 16 - Ambiente tranquilo 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foto foi assim que a gente chegou lá, aí ele conhecendo, né? Foi a primeira foto que a gente tirou quando a gente chegou lá foi essa aí. [...] Ele ficou ali na varanda paradinho, olhando, conhecendo. **A princípio eu pensei meu Deus, ele vai já chorar e pedir pra ir pra casa.** Ele passou um bom tempo olhando, conhecendo, vendo as coisas bem paradinho. Aí a minha mãe foi, falou assim ‘deixa eu te colocar aqui mais alto’ aí ficou com ele, aí ele ficou com essa cara bem concentrado, olhando tudo ao redor e foi a primeira foto que a gente tirou lá mesmo. Então eu acho que foi ele ali fazendo o reconhecimento, né, no ambiente saber se ele podia ficar lá mesmo (risos) (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

A Mãe enviou fotos mostrando o ambiente tranquilo e próximo a natureza onde a família ficou hospedada, permitindo assim que o seu filho ficasse à vontade:

A casinha que a gente tava era essa do meio ali [foto à esquerda], essa outra mais pra frente branquinha não tinha ninguém e a outra que ficava um pouquinho mais distante. Então aqui a gente tava pescando no lago, meu pai tava do outro lado e aí eu fiquei com ele aqui, **ele queria fazer tudo, tudo que tivesse disponível pra fazer ele queria fazer.** Aí o meu pai pediu uma vara pra pescar e ele, papai, eu quero também, eu quero também. Aí lá vai a gente pedir uma vara e tentar pescar, mas ele não se aquieta, foi uma das poucas fotos que ele tirou sentado pescando que ele saía rodando com essa vara no lago todinho (risos). [...] **ficou muito à vontade, que nem eu te disse, quando**

se trata assim de contato externo, né, com a natureza quando é coisa tranquila ele gosta muito, ele não gosta se, por exemplo, se tivesse muita gente nesse lago, então ele não se sentiria bem em estar lá, porque ele fica com medo, fica nervoso, mas no lago, nesse momento aí tava só a gente, só a nossa família. Então ele se sentiu muito à vontade em ficar aí pertinho do lago, não ficou com medo (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Figura 17 - Ambiente tranquilo 2



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 12 também conta que a família sempre procura um lugar que esteja mais vazio para que o filho não fique “aperreado” e consiga aproveitar a viagem:

Figura 18 - Ambiente tranquilo 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foi num hotel aqui de Natal. Não sei se você tá vendo uma boiazinha ali atrás, era (nome do filho mais novo) meu pequenininho aí (nome do filho) tava começando a entrar na piscina e tava muito feliz que a gente foi pra esse hotel passar um final de semana pra ficar perto de (nome do marido). Aí a gente veio e (nome do filho mais novo) tá de boia e **ele tava super contente porque ele adora as piscinas** (nome do filho), ele gosta muito. Aí pronto, ele tava super alegre, tava muito feliz, nós dois (risos). [...] Ele gosta [de piscina], **mas não gosta que tenha muita gente**, tem que tá mais vazia. Se puder até só pra ele, ele prefere (risos) e também ele fica olhando pra ver se tá limpa, se não tem nenhuma folhinha, nada, sabe, aí ele entra na piscina. [...] **Não tinha muita gente nesse final de semana não, também porque tem muitas piscinas, então assim, foi uma parte que tava mais vazia, que tinha menos gente, né, porque a gente sempre procura um cantinho que esteja mais vazio pra ele não ficar aperreado, né, ficar mais tranquilo pra ele poder aproveitar** (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Portanto, foi possível observar que as famílias escolhem locais tranquilos para que os filhos autistas consigam desfrutar do ambiente e tenham uma boa experiência turística.

#### 4.1.4 Experiência cultural

Segundo Balanzá e Nadal (2003), o produto turístico é formado por diversos fatores, dentre esses fatores estão os recursos culturais. Isto posto, as mães 4 e 10 falaram sobre os passeios culturais que realizaram com seus filhos.

A mãe 4 que visitou diversos ambientes com a sua filha relata que fica muito feliz de poder proporcionar experiências culturais para a filha e que faz questão de apresentar as obras de arte, mesmo que a filha não fique verbalizando, a mãe acredita que essas experiências ficam gravadas na memória da filha:

Figura 19 - Experiência cultural 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Aí na torre [foto à esquerda], é aquela coisa, a torre aparece em desenho animado. Eu tenho foto, tem um quadrinho aqui em casa, então é um símbolo que eu acho que todo mundo conhece, né? Então é aquilo que eu falei, ela não olha ‘ah, a Torre *Eiffel*’, ela não tem essa reação, eu tenho (risos), eu fico *ó lá a torre! ó lá a torre!* Mas assim, pra mim poder mostrar isso pra ela, sem dúvida, **é eu fiquei muito feliz, para mim foi maravilhoso**. Eu já tinha ido com meu filho também. [...] Eu já tinha levado o meu filho também, então poder fazer isso com os dois, né, mesmo que em momentos diferentes. [...] Aí também [foto central], outra que nem a Torre *Eiffel*, outro símbolo muito icônico conhecido por todo mundo, né? A *Monalisa*, né? Também Leonardo da Vinci. Óbvio, a gente tirou, essa foto foi a que eu te mandei, tirei outras fotos com outros quadros maravilhosos, a gente acaba mandando essa privilegiando por causa da fama, mas ela também viu outras esculturas, né? Viu uma múmia também, então, ah, **a questão cultural** mesmo, né? Ter a chance de compartilhar. [...] Isso aí [foto à direita] é lá na casa de *Monet*, *Monet* foi um dos primeiros pintores que eu prestei mais atenção assim que eu gosto muito. [...] Ali na casa que tem decoração do século passado assim, né? E a casa é linda e tem pinturas dele, o jardim é maravilhoso também inspirou ele para várias pinturas. Então ela também foi um dia que ela chegou mal humorada, mas depois também eu consegui fazer ela se soltar um pouquinho, né? Mas é aquilo, ela repetiu ‘é *Monet*’, mas **eu fiz questão de mostrar pinturas pra ela**, para de alguma forma, se um dia chamar mais a atenção, desde já ficou alguma coisa na memória dela já ter visto também, né? [...] eu acho que mesmo que ela não verbalize, ‘ah, vi’, mas **eu acho que fica na memória de alguma forma, ela assimilou isso de alguma forma, né?** (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

A mãe 10 conta que o filho estava irritado durante o passeio no Jardim Botânico de Curitiba, mas que ficou mais tranquilo quando visitou o museu do local:

Figura 20 - Experiência cultural 2



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foto aí era num pequeno museu que tinha lá no Jardim Botânico e aí ele tava um pouco mais tranquilo porque o Jardim Botânico é um grande parque que a gente anda, anda e tira foto, né? E ele detestou isso, então **quando a gente entrou nesse museu e ele viu algum sentido no que a gente tava fazendo, né?** Tinham imagens para

olhar, tinha uma descrição embaixo, um nome com o quadro, então **ele ficou mais tranquilo aí** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Portanto, foi possível observar que os passeios culturais realizados contribuíram de modo positivo para as experiências turísticas dessas famílias.

#### ***4.1.5 Interação social***

O transtorno do espectro autista (TEA) refere-se a um transtorno do neurodesenvolvimento que se caracteriza por dificuldades de comunicação e interação social e padrões restritos e repetitivos de comportamentos, interesses e atividades (APA, 2022).

Nesse contexto, as mães apresentaram fotos dos filhos interagindo com irmãos e primos. A Mãe 12 relata que é um momento bom para o filho socializar e sentir que tem companhia:

Figura 21 - Interação social 1



Fonte: Dados da pesquisa.

[...] a **alegria de estar junto com eles**, né, como sempre, e (nome do filho) tá dentro da piscina (risos), não tá reclamando que tem sujeira nem nada, né, tá tranquilo, a tranquilidade de estar com eles juntos, né, é muito bom e (nome do filho mais novo) gosta de subir no ombro de (nome do filho) quando tá na piscina, sabe? **Eles brincam juntos, então assim, eu gosto quando eles socializam, que ficam em contato um com outro, porque (nome do filho), na realidade eu fico triste, às vezes, porque eu acho que ele é muito só, sabe, porque como ele não consegue fazer as amizades.** Então assim, realmente (nome do filho mais novo) é um companheiro pra ele, né? Agora não tanto, mas quando ficarem adultos que a idade fica próxima, né, assim fica a mentalidade mais próxima do outro. Aí eu acho que eles vão ser unidos, se Deus quiser. Então ai era (nome do filho mais novo) querendo brincar com ele também,

subindo em cima de mim e pegando em (nome do filho), né? Então assim, **esse momento de ele sentir que tá partilhando com a gente, né, que ele tem companhia, que não tá sozinho, né? Então assim, é um momento bom pra ele** (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Mais uma vez a mãe 12 relata a dificuldade do filho em fazer amizades e expõe a sua tristeza por achar o filho muito solitário. Assim, a mãe fica feliz quando o filho autista interage e brinca com o seu irmão.

Essa mesma felicidade é sentida pela Mãe 4 por poder propiciar a interação da filha com a prima na viagem que fizeram a Paris, visto que moram em lugares diferentes.

Figura 22 - Interação social 2



Fonte: Dados da pesquisa.

[...] Então, o (nome do filho mais velho) como eu falei, apesar de eles serem irmãos e se darem bem, ele já é adulto, né? Então, **ela estar brincando com os primos e ah, estar tendo essa convivência e eu também poder propiciar isso e pra eles também para os primos estarem com ela também, eu fiquei muito feliz** (risos) (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

A Mãe 11 conta que dois primos estavam juntos com a família e que eles aproveitaram muito a viagem:

Ai essa foi de Pomerode, **a gente tava com os dois primos eles aproveitaram bastante essa viagem.** Essa viagem foi uma viagem com poucos compromissos, assim, poucos lugares que a gente visitou e aí a gente tava com o carro próprio, então a gente conseguia se organizar. A gente comeu bastante, a gente tava no *Airbnb*, então a gente comeu bastante no local, então acontecem menos imprevistos assim, então não teve muita. Só uma hora que a gente se perdeu, pegamos uma estrada errada e ele ficou extremamente nervoso porque a gente ficou sem rede de celular. A gente não

sabia dizer onde é que a gente tava e aí eu olhei pro (nome do marido) e disse *não fala mais que a gente tá perdido, deu, a gente vai encontrar, mesmo que a gente não saiba*. Nessa viagem foi tudo bem, bem tranquilo assim, fora esse episódio (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 23 - Interação social 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Nesse relato, a mãe também relata que estarem hospedados em *Airbnb* e com o carro da família, ajudou a ter menos imprevistos durante a viagem que ocorreu de forma tranquila, exceto pelo fato de a família ter se perdido no caminho, o que deixou o filho nervoso.

Ademais, a Mãe 9 expressa o que representa a foto do filho interagindo com as primas:

Figura 24 - Interação social 4



Fonte: Dados da pesquisa.

É a **união**, eles três aí juntinhos e foi ele que chamou pra ficar com elas [...] ele que ficou segurando, ele que escolheu ficar segurando. Aí ficou foi tempo só olhando porque tinha a lagoazinha que não tava quebrando a onda, né, onde eu tava e aí ele ficou foi tempo segurando a mão das meninas (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Assim, a mãe lembra que foi o filho que teve a iniciativa de chamar as primas e que ele quis ficar segurando as mãos delas.

Portanto, foi possível observar como os filhos conseguiram interagir sejam com os primos ou com os irmãos, durante as experiências turísticas das famílias. Segundo Hamed (2013), o turismo é considerado uma experiência humana e social que compreende um conjunto de elementos que proporcionam lazer, recreação e interação social.

#### 4.1.6 Expectativa não correspondida

A expectativa está relacionada ao fato de o ser humano imaginar ou prever a experiência antes da sua ocorrência. Desse modo, a Mãe 9 relata um episódio que aconteceu durante um passeio de barco, no qual a sua expectativa era de que fosse uma experiência positiva, mas que na realidade foi uma frustração:

Figura 25 - Expectativa não correspondida 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa daí [foto à esquerda] eu botei por causa que eu ia falar do negócio do barco, né? E aí era pra mostrar que quando o barco tá parado ele ficava de boa e aí **eu achei que ia ser uma experiência positiva, que eu achei que ele ia adorar andar de barco e ele nem gostou** (risos). [...] Ele ficava super bem dentro desse barco, toda vida quando a gente chegava, a gente tomava banho na lagoa e aí quando o sol ia esquentando a gente ficava era tempo aí dentro desse barco, muito tempo mesmo, porque ele ficava

mexendo no volante, ficava subindo e descendo aí que a minha sobrinha mais velha ela gosta muito de subir e descer as coisas, ficava subindo e descendo e ele super bem. Eu realmente achava que ele ia adorar andar de barco e foi uma **frustração**. [...] Foi na volta do passeio a foto [foto à direita], porque na ida ele ficou chorando e agarrado que ele ficou com as pernas aqui [mãe aponta para a região do abdômen] e a cabeça aqui [mãe aponta para a região do colo], ele nem assim aceitava ficar de frente pro mar, de frente pra lagoa, ele não queria ficar de frente. Ele ficou assim agarrado mesmo e aí fez xixi todinho em mim porque eu acho que ele tava com muito medo, chega se tremia, a foto da gente foi já na volta mesmo só pra registrar, mas ele nem queria papo. [...] Eu queria demais fazer o passeio e aí acabei indo [...] mas eu acho que ele não tinha noção da experiência de andar no barco e aí ele se assustou. Na volta não tinha outra forma de voltar que não fosse de barco, então eu acabei indo também. Eu até quis tirar ele *amor, vem, a Moana* tal não sei o quê, mas ele não quis sair e aí eu parei de insistir e deixei, fiquei lá no canto e todo mundo aproveitando o passeio, né? Aí quando foi na volta, ele já tava melhor e aí a gente bateu as fotos. [...] Mais uma **frustração da expectativa não ter sido correspondida**, né? Porque ele adora a Moana, adora o mar, o barco, ele canta a música que é da hora do barco e aí quando foi na hora de andar ele se assustou e aí o passeio foi terrível, né? Porque ele não saiu de cima de mim, ficou chorando e aí a minha sogra se preocupa, a minha cunhada se preocupa mais do que eu, porque eu acho que **eu já tô acostumada a ele não querer certas coisas e não corresponder às expectativas que eu faço, que eu já fui me frustrando tanto que eu já tô me acostumando**, né? E aí eu acho que as outras pessoas que não estão no dia a dia, que não vão vendo, você espera determinada coisa com aquela ação e aí ele não vai correspondendo. Não é de hoje que ele não corresponde, já várias coisas que você espera que ele faça que ele não faz, né? Ele não corria quando eu abria os braços, ele não sorria. Então são frustrações das expectativas que não vão sendo atendidas, né? E aí o pessoal que está de fora, se preocupa bem mais, porque eu acho que não é nem porque a nossa expectativa não foi cumprida, mas pelo choro porque começa a chorar e a pessoa já ‘faz isso, faz aquilo, faz aquilo outro’ pra que a criança pare de chorar, porque geralmente o pessoal não quer criança chorando, né? Aí tem essa preocupação (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Nesse relato, a mãe conta que acreditava que o filho iria gostar do passeio, pois sempre gostava de ficar dentro do barco brincando quando o mesmo estava parado. Ainda, a mãe revela que essa foi mais uma experiência com expectativas que não são correspondidas, o que sempre gera frustração. Inclusive, a mãe fala sobre quando o filho era mais novo e não correspondia, por exemplo, quando ela abria os braços e ele não corria. Tal fato se explica em virtude de estarem presentes no TEA “déficits na reciprocidade socioemocional, variando, por exemplo, de abordagem social anormal e dificuldade para estabelecer uma conversa normal a compartilhamento reduzido de interesses, emoções ou afeto, a dificuldade para iniciar ou responder a interações sociais” (APA, 2014, p. 50).

Já a Mãe 9 que recebeu o diagnóstico do filho tardiamente, ao ver a foto da família ao chegar no hotel, relata que a expectativa da família era bem diferente da realidade da viagem:

Essa foto foi quando a gente tinha acabado de chegar lá, tava no elevador, subindo pro quarto do hotel e tava todo mundo cansado do voo, mas muito felizes porque a gente tinha, enfim, chegado. E **ainda não tinha acontecido nenhum episódio de irritabilidade, nem de desregulação, então aí expectativas mil que fosse tudo correr às mil maravilhas** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 26 - Expectativa não correspondida 2



Fonte: Dados da pesquisa.

Então, a expectativa era que tudo fosse correr “às mil maravilhas”, entretanto o filho vivenciou alguns episódios de desregulação. Assim, pôde-se constatar como as expectativas dessas mães eram diferentes dos episódios que aconteceram durante as viagens.

#### ***4.1.7 Mudança e imprevisibilidade***

A irritação dos filhos durante as viagens também foi outro aspecto informado pelas mães. Esse fato pode ser explicado pelos filhos não estarem em casa, onde já seguem uma rotina, visto que algumas das características do TEA estão associadas a “insistência nas mesmas coisas, adesão inflexível a rotinas ou padrões ritualizados de comportamento verbal ou não verbal (por exemplo, sofrimento extremo em relação a pequenas mudanças, dificuldades com transições, padrões rígidos de pensamento)” (APA, 2014, p. 50).

Desse modo, a Mãe 11 relatou um episódio no qual a família precisou mudar a programação, que era de fazer um churrasco, mas não deu certo. Segundo a mãe “teve uma discussão terrível”, visto que o filho estava resistente a mudança, mas no final ficou feliz com o seu lanche:

Ah, essa foto ele ama porque comer tem um significado assim muito importante pra ele. E aí a gente **teve aquela briga horrível do churrasco**, depois a gente acabou comendo no caminho e ele comeu o melhor cachorro-quente da vida dele. E aí ele fala aqui que quer ir voltar lá para comer esse cachorro-quente de novo porque é muito

bom. E aí depois que ele começou a comer ele era só alegria (risos). Até quando eu estava escolhendo as fotos, ele falou ‘mãe, eu quero essa foto, porque esse dia foi muito bom!’ Tudo por causa do cachorro-quente (risos). [relatando o episódio da discussão do churrasco] a gente foi pra essa Praia da Ferrugem e lá tinha uma cozinha que a gente usava. E aí a gente foi para Garopaba que é uma cidade do lado para comprar carne e aí a gente pegou fila, demorou pra chegar, tivemos que parar pra comprar um chinelo para (nome da filha), o chinelo da (nome da filha) arrebentou e aí demorou pra gente encontrar uma loja de chinelo. E o (nome do marido) falou assim ‘olha, se a gente for comprar carne e for voltar lá, vai ficar muito tarde’. **E ele meu Deus, ele não queria mudar a história do churrasco de forma alguma. Não a gente compra churrasco, a gente compra um churrasquinho e ele não queria de jeito nenhum. Ele queria fazer o churrasco e aí a gente ficou assim, ó meu Deus, foi uma discussão terrível a gente ficou um tempão, um tempão pra convencer ele, pra ele se acalmar que a gente não ia mais fazer o churrasco. E aí no final ele ficou feliz da vida comendo cachorro-quente (risos)** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 27 - Mudança e imprevisibilidade 1



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 10 contou sobre a irritabilidade e a impaciência do filho, especialmente devido a falta de previsibilidade:

Aí ele já estava um pouco mais **irritado**, ó o sorrisinho como é bem amarelinho (risos). Porque a gente tava só andando, né? Andando e tirando foto. Aí **ele fica impaciente, fica querendo saber o que vem a seguir** e no meio da rua não tem banheiro, aí enfim. [...] Sim, sempre falava, sempre falava [o que ia fazer no dia]. [...] A gente tem que encontrar o ponto de equilíbrio, assim para ele, porque por mais que ele goste de ter **previsibilidade**, por outro lado, se eu digo que a gente vai fazer várias coisas legais no dia, ele não consegue aproveitar a primeira coisa pensando na segunda e por aí vai, entendeu? Ele não consegue e é uma coisa que eu sei que não está no controle dele (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 28 - Mudança e imprevisibilidade 2



Fonte: Dados da pesquisa.

A mãe 10 fala sobre o equilíbrio que precisa ter ao comunicar ao filho que as atividades seriam realizadas durante a viagem, ressalta-se que o filho também tem ansiedade, por isso a mãe falou sobre “encontrar o ponto de equilíbrio” para que o filho consiga aproveitar os passeios.

A mãe 12 relatou a impaciência e o desejo do filho de retornar para a sua casa:

Figura 29 - Mudança e imprevisibilidade 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foi em Gravatá, no hotel de Gravatá que a gente tinha ido, a gente tava passeando no hotel que ele não tava gostando muito não, mas assim **eu gostei porque pelo**

**menos ele foi. Foi aí que ele estava impaciente, não queria ficar lá, queria ir embora para casa.** Aí eu disse *não você fica no quarto, né?* Ele teve um dia que tomou um banho de piscina aí e eu disse *você fica no quarto, aí quando você quiser, você me liga que eu vou lhe pegar aí.* Ele ‘tá certo’. Ele ficou direitinho, mas assim, não reclamou não, se deixar ele quieto no celular e tiver internet ele fica direitinho, sabe? Mas **teve um dia que demorou lá, realmente ficou abusado querendo ir embora.** Eu disse *não meu filho, eu não vou embora agora não, porque seu irmão tá aproveitando, você vai aproveitar também amanhã.* ‘Vou aproveitar em quê?’ Eu digo *passar, ver as coisas, né? Aí você vai gostar, aí ele faz ‘só tô gostando é da comida’.* Eu fiz *pronto, já é a comida uma coisa boa pra você* (risos) (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Vale lembrar que, durante a entrevista, a mãe contou que sempre que a família viaja é necessário garantir que terá internet para o filho jogar. Entretanto, é possível observar que em alguns momentos o filho fica impaciente, mesmo assim a mãe expressa que gostou de o filho ter saído de casa e realizado a viagem com a família.

É importante mencionar que as três mães desses relatos revelaram que seus filhos possuem ansiedade e que gostam bastante de comer. Também, as mães 10 e 12 relataram que os filhos gostam de ficar em casa jogando. Assim, pôde-se constatar que os filhos ficaram irritados devido a mudanças e imprevisibilidade.

#### **4.1.8 Hiperfoco**

O interesse fixo e altamente restrito anormal em intensidade ou foco é outra característica do TEA (APA, 2014). Nesse contexto, notou-se o hiperfoco dos filhos nos relatos de determinadas fotos, nas quais as mães falavam coisas que os filhos gostam muito, ressaltasse que as mães confirmaram para a pesquisadora que se tratava de hiperfoco. Também é importante mencionar que o hiperfoco pode ser em um assunto, ou mais, e pode mudar com o tempo.

A Mãe 4 fala que a filha ama metrô, que inclusive a filha assiste vídeos e já tinha ido andar de metrô em uma cidade vizinho de onde a família reside:

**Ela ama andar de metrô,** tanto é que ano passado, a gente, ela, **ela essa coisa de ver vídeo de metrô, ela já tinha andado, mas já tinha um tempo.** Aí em dezembro do ano passado, isso aqui foi em maio desse ano, né? **A gente até levou ela pro Rio pra ela andar de VLT que ela adora, de metrô também. Então às vezes também ela queria ficar andando de metrô lá em Paris (risos). Se ela pudesse mais linhas, mais troca de metrô ela ficava mais feliz, né?** Então de novo também, né? Quando eu podia é, não, eu não, eu não fiquei andando só de metrô, mas assim eu sabia que era uma coisa que ela curte, que ela acha diferente, né? Faz parte pra ela da viagem, eu também gostava de estar propiciando isso, né? (risos) (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

Figura 30 - Hiperfoco 1



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 9 relata que o filho estava “fissurado no trem” e que então levou o filho para andar de trem:

Figura 31 - Hiperfoco 2



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa daí foi a vez que a gente foi pra Guaramiranga e parou nos trens que ele já **tava assim fissurado no trem** e aí eu aproveitei que a gente passava por um trem de verdade e parei, né? Foi a primeira vez que ele viu o trem mesmo assim de verdade perto dele aí, **por isso que agora a gente foi andar de trem**, porque ele queria subir, queria entrar, mas aí não dava era só mesmo pra olhar, né? (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Além do hiperfoco por trem, a Mãe 9 relata o hiperfoco do filho pelo fundo do mar:

Figura 32 - Hiperfoco 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa daí é porque ele **passou muito tempo fissurado no fundo do mar**. E esse peixe tava morto, ele achou na areia o peixe morto (risos), porque essa parte aí que a gente fica tem os pescadores e aí ele ficou segurando esse peixe. Não queria soltar de jeito nenhum, não quis mais ir pra dentro do mar porque queria ficar com esse peixe. Pra ele se livrar do peixe eu tive que pegar a garrafa descartável, botar, dizer que o peixe tinha que ficar dentro da garrafa da água pra poder a gente sair da praia sem ele tá sujo porque ele queria ir pra casa desse jeito aí segurando o peixe morto. Mas ele adorou, ele ficou ‘o peixinho, o peixinho, o peixinho’, **uma alegria só porque tava com o peixe na mão**. [...] **Ele adorou, foi a primeira vez que ele pegou o peixe**. Até então ele não tinha pego em um peixe, aí pronto, ele ficou louco. [...] **Ele tá segurando assim só com os dedinhos [o peixe] porque como é uma textura nova, aí ele não segura de agarrar** a coisa, né? É tanto que se for pegar a massinha ele segura desse jeito. As coisas que ele não, não tem assim já o costume no tato aí ele segura assim só na pontinha (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Nesse relato, a mãe também fala sobre a forma como o filho segura o peixe, como a própria explica, por ser uma textura nova, o filho segura com as pontas dos dedos.

Ademais, a Mãe 10 revelou o hiperfoco do filho por lugares, por exemplo, cidades, estados e países. Assim, a mãe relata que o filho gostou de conhecer um ponto turístico da cidade em que estavam:

Foi lá também [Jardim Botânico de Curitiba], aí ele tava, tava, **ele achou legal porque assim é tipo um cartão postal de Curitiba e como ele se interessa muito por essas coisas, então ele tava de boa aí nessa foto** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 33 - Hiperfoco 4



Fonte: Dados da pesquisa.

Ainda, ao ver a foto (Figura 33), a mãe lembrou de contar a sensibilidade sensorial que o filho tem a determinado tecido:

Teve uma coisa que eu fui descobrir depois que a gente voltou pra Fortaleza, que pode ter explicado muita coisa assim. É essa calça que ele tá usando, essa calça a gente comprou para ele viajar, uma calça mais quentinha e ele usou a viagem inteira essa calça. E aí quando chegou aqui em Fortaleza, ele não quer usar de jeito nenhum, não quer ir pra canto nenhum com essa calça, mesmo se for lugar que vai ter ar-condicionado que não justifica o calor, né? Eu perguntei *por que meu filho?* ‘Porque me dá muita agonia nas pernas’, ele tem **essa coisa do sensorial**, então ‘o tecido dela me dá muita agonia nas pernas’. E na viagem ele não queria dizer isso pra gente, mas foi uma coisa que manteve ele já meio irritado, meio tanque de irritado o tempo inteiro, entendeu? [...] Porque tem coisa que ele fica pensando, não, não vou dizer não, porque a mamãe vai se irritar, vai achar que é frescura minha, né? É porque como a gente já recebeu o diagnóstico há pouco tempo, tem muita coisa que até pouco tempo atrás a gente brigava mesmo com ele, né? Dizia, não, não é assim, você tem que usar mesmo e **hoje eu entendo que é uma disfunção sensorial, eu entendo que a culpa não é dele**. Então a gente tá reparando essas coisas devagar, entendeu? É ele ainda tá se entendendo, eu fui explicar pra ele que ele é autista tem tipo duas semanas, entendeu? É muito importante, porque ele tem muita questão de autoestima que acaba sendo abalada, porque ele acha que ele se irrita porque ele não é um bom menino, porque ele não tem paciência e não é, entendeu? (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, a disfunção sensorial que a mãe menciona é outra característica do TEA, que ocorre devido à hiper ou hiporreatividade a estímulos sensoriais, por exemplo, a reação contrária a texturas específicas (APA, 2014).

Já a Mãe 11 contou que o hiperfoco do filho eram animes, personagens e músicas. Assim, a mãe relata como o filho gostou de ter visitado uma atração turística que tinham vários personagens:

Figura 34 - Hiperfoco 5



Fonte: Dados da pesquisa.

Ah, aqui **ele amou porque ele ama música, personagem** e ele tava assim [referindo-se a expressão de alegria do filho]. E eu lembro que ele chorou muito na entrada, porque foi lá no museu que a gente comprou aquele pacote que eu te falei. E aí eu *calma (nome do filho), a gente tem que esperar na fila (nome do filho)*, ai, nossa foi muito desgastante. Aí depois que a gente entrou ele curtiu assim, olha, muito, muito, muito, muito, muito, muito. Valeu muito a pena! (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Ao ouvir esse relato da fila, a pesquisadora questionou se não utilizam a fila preferencial:

Nessa época eu não usava preferencial, o meu marido, ele ‘ai não, não, as pessoas ficam falando porque não sabe o que que ele tem’. Agora ele tá bem alto, tá maior que o meu marido, ele é muito bonito e aí as pessoas não veem a deficiência e acham que tá lá querendo burlar, querendo ganhar a vez. Nessa época a gente não usava muito, mas agora eu já uso, **eu tô me libertando disso, sabe? É um direito dele e foi por isso que eu fui atrás da carteirinha**. Meu marido falou ‘não precisa fazer a carteirinha, ele tá aprendendo a esperar’. Eu falo *não, eu vou fazer, porque eu acho que é um direito dele e eu quero começar a dizer, olha, a gente tem esse direito* e tal (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, a pesquisadora perguntou se a mãe poderia contar o que o marido falou, já que a mãe relatou que tinha ido fazer a carteirinha de autista do filho no dia da realização da entrevista:

Ele disse ‘poxa, ele não se sentiu ruim porque foi fazer a carteirinha do TEA? Porque às vezes ele pode se sentir, sei lá, né? Ele é portador de uma deficiência, como é que ele encara esse negócio?’. Meu marido falou ‘tu acha que precisa da carteirinha?’ E aí **eu tenho a cabeça mais aberta**. Eu falo *não, não, ele é e ele tem que falar sobre isso, isso não tem que ser um tabu*. Aí ele perguntou ‘como é que ele se sentiu?’ Tava falando agora há pouco, aí eu falei *ele se sentiu super feliz, ele ainda falou pra mim assim, várias vezes* ‘Orra já nasci vip ó, agora eu tenho direito a pagar meia em tudo, tenho o direito de passar na frente, tem direito’ sabe? **Já se sentiu super feliz ele, ele não tem problema com o autismo dele, quem tem problema sou eu e o pai dele, né? Porque a gente fica tentando enquadrar ele numa sociedade que é cheia de normas e que não respeita**. Aí a gente fica ‘olha, não corre tanto que alguém pode achar que tá roubando. Olha, se acalma, né? Não fica tão nervoso’. A gente tenta enquadrar ele e ele fala isso ‘Ah, vocês querem me mudar, vocês querem mudar!’. E eu venho tentando há um ano e meio é, não é assim que ele é, ele é diferente e as pessoas vão ter que engolir na marra, não tem jeito, eu não vou tentar mais disfarçar pra agradar as pessoas em volta, porque eu tô, eu tô colocando ele num lugar onde ele não cabe, sabe? Tô tentando colocar ele num lugar onde ele não cabe. Então eu já tenho, eu já tenho isso bem certo na minha mente e o meu marido agora aos pouquinhos ele tá indo na mesma linha. ‘Não, deixa ele correr, se alguém vier perguntar a gente fala.’ Então assim, ele já tá indo mais nessa linha. **Eu acho que cada passo que a gente dá é um baque, né? Então assim, o fato de ter feito a carteirinha ele ficou meio receoso, mas ele logo aceita, já não é mais como antes** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Pôde-se constatar que o autismo do filho é algo que os pais ainda estão assimilando, a mãe relata que cada passo é um “baque”. Tal fato vai ao encontro da pesquisa de Araújo, Sousa-Silva e D’Antino (2012), que apontam que o diagnóstico e a sua assimilação do TEA é algo que abala a família.

Por fim, a mãe expressa o que a foto (Figura 34) significa:

É como se fosse **o troféu de uma maratona**, sabe, **é o que faz tudo valer a pena, o esforço, o suor, o cansaço, o estresse**. Eu farei tudo de novo, tudo de novo [voz trêmula de choro] porque é muito bom, é muito bom ver eles felizes e eles aproveitam muito, eles ficam muito felizes quando estão viajando. Então aí quando a gente vê isso aí, aí a gente, sabe assim, descansa, relaxa como se tirasse todo o peso das costas é muito bom ver eles felizes assim, é o que faz tudo valer a pena (risos) (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, fica evidente a emoção da mãe ao lembrar da felicidade do filho explícita na foto. A mãe diz que passaria por todo esforço novamente, citando o suor, o cansaço e o estresse. Nota-se que não é uma tarefa fácil viajar com o filho autista, para a mãe a foto representa o troféu de uma maratona.

Nesta seção, pôde-se constatar que os filhos gostaram muito dos passeios relacionados com seus hiperfocos. Assim, incluir atividades associadas com o hiperfoco dos filhos mostrou ser uma forma de as famílias tornarem suas experiências turísticas melhores e divertidas.

#### ***4.1.9 Momentos de descontração***

As mães também compartilharam fotos de momentos de descontração vivenciados nas experiências. Ressalta-se que Holbrook e Hirschman (1982) introduziram aspectos experienciais de consumo que até então eram negligenciados, quais sejam, fantasias, sentimentos, sensações e diversão, destacando assim, o caráter hedônico, estético e simbólico da experiência de consumo.

Nesse contexto, a Mãe 4 relata a experiência que teve com a sua filha na Euro Disney. Apesar da filha não querer brincar, ela curtiu as princesas e lembra de uma música que tocou, inclusive a mãe procurou a música para a filha ficar escutando no seu dia a dia:

Figura 35 - Descontração 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Olha só, então essa aí é na Euro Disney de Paris, né? E eu já tinha tido a chance de ir, já fui na Disney dos Estados Unidos duas vezes, primeiro com 15 anos e levei meu filho. Então, ah, né? **É um lugar pra criança que tem toda essa questão dos desenhos, da magia, ela não quis andar em brinquedo nenhum, disse que tava com medo, mas curtiu as princesas. Tem uma parada que eles fazem, que é um desfile com os personagens, inclusive hoje no carro ela ficou ouvindo a música trilha sonora dessa parada que eu consegui achar na internet depois, ela lembra.** Aí assim, no castelo no subsolo tinha um boneco de um dragão que se mexia e fazia

barulho. Ela saiu correndo (risos), aí depois ela ‘mãe a gente não vai voltar lá não’. Aí falei *não, não vamos não*. [...] Ela também nesse dia, como nos outros ela chegou a ir meio, é, **tava mal humorada, não queria entrar, mas aí eu insisti, aí depois também a mesma coisa, ela curtiu para caramba o dia, o passeio**. Ela gosta muito de andar de metrô e de trem e a gente teve que pegar os dois, porque isso aí é até fora de Paris, é outra cidade, né? Então, a gente ficou bastante tempo andando de trem e ela curtiu bastante a ida também, né? Então foi quebrar o gelo, né, no começo tá resistente de entrar, mas depois entrou. E **eu também consegui conversar que ela era autista, né? Eu tinha um laudo, mesmo em português ele aceitaram, então deram uma carteirinha, um passe especial, né?** (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

Assim, apesar de no início a filha não querer entrar no parque, depois ela entrou e se divertiu bastante no passeio. A mãe também fala que a filha gostou de contemplar a vista da Torre *Eiffel*:

Figura 36 - Descontração 2



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa é lá em cima [Torre *Eiffel*], né? **Ela curtiu, ela curtiu ver**. Tem uma vista lá de baixo, eu conseguia mostrar o Rio Sena, eu cheguei a botar uma moedinha pra ela poder ver naquelas lunetas. Ela gostou, então ela não fica ‘ai que maravilha, ai que lindo, ai que legal!’, mas **ela demonstra de outras formas que tá gostando** assim, né? (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

A mãe também fala a sua percepção sobre a viagem com a filha como “momento de descontração, de relaxamento, de troca”:

A gente tirava *selfies* pra nós duas podermos sair também, né? (risos) [...] **A gente tá compartilhando esse momento, essa experiência**. É um momento, por mais que eu estava de férias, ela não, mas bem que ela gostou de faltar uma semana de aula, né? (risos) Mais um **momento de descontração, de relaxamento, de troca, de ah, tá num lugar tão legal**, né? (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

Figura 37 - Descontração 3



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 5, na qual a família reside em uma região serrana, enviou foto do filho se divertindo em parque aquático de uma barraca de praia:

Figura 38 - Descontração 4



Fonte: Dados da pesquisa.

Foi no domingo que a gente foi em outro local, aí **lá tem a praia e tem uma piscina**, né? E ele, **eu não sei qual que ele gosta mais, aí ele tava aí brincando** (risos) (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

A Mãe 8 ao ver a foto do filho na pousada onde a família ficou hospedada lembra dos fatores que a levaram a escolher a pousada, quais sejam, a localização central e o jardim com área infantil. Além disso, a mãe expôs que o filho aproveitou o espaço infantil do local:

Figura 39 - Descontração 5



Fonte: Dados da pesquisa.

Foi o que fez a gente escolher a pousada foi ser central, que era um local onde a gente poderia ter mobilidade, sem precisar pegar o Uber. (nome do filho) gosta de andar, a gente poderia caminhar e a área infantil, porque as pousadas no centro elas são bem pequenas e aí essa tem um jardim com área infantil. Aí eu achei que seria bom pro (nome do filho) e realmente foi, ele gostou demais, ele acordava, tomava café e antes de fazer qualquer passeio ele ficava esperando lá, brincando no jardim. Eu voltaria pra esse lugar (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Nota-se nesse relato que a mãe queria ficar em um local com área infantil, pois seria bom ter um espaço para o filho brincar, o que realmente ocorreu, a mãe contou que o filho brincava na área infantil constantemente. Além disso, ao lembrar que o filho “gostou demais”, a mãe logo em seguida expressou que voltaria a ficar na pousada.

A Mãe 11 também compartilhou fotos no local onde a família ficou hospedada e relembrou como aconteceu a escolha da hospedagem:

Foi agora em novembro que a gente foi na Praia da Ferrugem. E aí foi muito engraçado porque eles disseram que queriam ir numa pousada, a gente ia escolher um lugar que a gente ia de férias. ‘Ah, e aí, o que é que tem que ter? O que que tem que ter?’ A gente brincou, né? ‘Ah tem que ter uma jacuzzi’. E aí a gente procurou uma pousada perto da praia que tivesse uma jacuzzi, e aí a gente curtiu muito na jacuzzi. Então assim, tinha hora que, a jacuzzi era bem pertinho do nosso quarto. Aí, tinha hora que

**a gente ficava no quarto de boa e eles ficavam na jacuzzi, aproveitaram bastante essa viagem.** Tiveram algumas coisas com relação a comida, restaurante pra comer, o local, essa foi a pousada do churrasco lá, do episódio do churrasco, mas a gente foi contornando e aproveitamos bem mais do que tivemos estresse. [...] **Ai eu fico toda boba, né? Eu fico muito feliz porque a gente aproveitou juntos e foi muito bom** (risos) (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 40 - Descontração 6



Fonte: Dados da pesquisa.

A mãe 11 também compartilhou fotos de outros momentos descontraídos da família:

Figura 41 - Descontração 7



Fonte: Dados da pesquisa.

Aqui a gente foi andar de pedalinho, ele tava **um pouco nervoso no começo**, mas depois tinha um chafariz no negócio de água que caía e aí a gente, apesar de estar frio, né? A gente passava embaixo desse chafariz bem rápido com o pedalinho e aí **eles se divertiram muito, a gente apostou corrida com a outra família que tava com a gente pra ver quem chegava primeiro, e aí a gente se divertiu muito, muito, muito, muito, foi muito legal, foi um dia bem feliz** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, como relatado, apesar do nervosismo do filho no início do passeio a família se divertiu muito no pedalinho. A mãe também falou sobre um passeio que o filho aproveitou bastante, mesmo sendo um passeio demorado, já que o filho tem dificuldade com a espera, a mãe lembra que “ele ficou de boa”:

Figura 42 - Descontração 8



Fonte: Dados da pesquisa.

Esse passeio aqui foi o dos dinossauros, **ele amou demais, aproveitou muito esse passeio e olha que esse passeio foi demorado**, sabe? Mas ele ficou de boa, ele esperou o ônibus e a gente fez um passeio de ônibus. Ele ficou bem, bem animado com esse passeio (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Outro passeio longo que o filho conseguiu aproveitar foi uma atração turística que tinham histórias diferentes:

Essa daqui acho que é no Mini Mundo, foi um passeio legal porque era um passeio longo, mas **cada pedacinho do Mini Mundo era uma história diferente, então não ficou tão repetitiva assim**, né? E aí **ele curtiu bastante, bastante**. No final ali ó nos últimos ele já queria ir embora, já não aguentava mais, mas **ele curtiu bastante pelo fato de ser historinhas diferentes em cada mini cidadezinha** que a gente via ali, então **ele curtiu bastante, foi bem divertido** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 43 - Descontração 9



Fonte: Dados da pesquisa.

A mãe 11 também falou sobre uma foto de um “momento bem feliz” com a sua família:

Figura 44 - Descontração 10



Fonte: Dados da pesquisa.

Aqui a gente também tava em Gramado, aqui **ele tava bem empolgado**. A gente foi na Rua Torta e aí ele tava bem feliz aqui. [...] **É um momento bem feliz, eu gosto de olhar essa foto.** [...] Ó a gente diz assim, vamos bater uma foto na Rua Torta, aí a gente bate 1, 2, 3 aí ele diz ‘não, já deu, agora já deu, não quero mais!’. Então tipo assim, não dá pra ser muitas, entendeu? É aquilo dali! [...] Engraçado que é muito literal, então a gente foi num que tinha os personagens de cera. Ah, vamos bater uma foto nos personagens de cera! Aí ele quer bater em todos, sabe? ‘Não a gente não bateu nesse, faltou nesse’. Aí ele tira várias porque ele entende que tem que ser uma com cada personagem, quando vai ser várias com o mesmo, aí ele já começa ‘não, não, não, deu’, se ficou com o olho fechado não tem problema, aí ele já não aceita

mais (risos) (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

A Mãe 3 ao ver sua foto com o filho em Paris relatou que estava comemorando ter levado o filho para conhecer mais um país, bem como por ter conseguido levar o filho para o ponto turístico que já tinha ido antes de ter o filho. É importante ressaltar que durante a entrevista a mãe revelou que mesmo antes de se tornar mãe, sempre teve o desejo de, no futuro, levar seu filho para conhecer o mundo:

Figura 45 - Descontração 11



Fonte: Dados da pesquisa.

Então, essa foto na verdade eu já tinha uma foto é de mais ou menos 10 anos atrás aí, que foi a primeira vez que eu fui pra Paris e eu quis tirar novamente com ele, né? Acho que era o nosso quarto país que a gente tava visitando. Então **eu tava comemorando, né, mais um país aí na listinha**. [...] eu consegui, né, levar ele pra passear em Paris pra **recordar o ponto turístico** e um ponto que eu já tinha ido antes sem ter ele (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

A Mãe 10 enviou uma foto da família em um restaurante, ao ver a foto a mãe lembra que foi um dos melhores restaurantes que a família foi. Além disso, a mãe fala que o seu filho gostou muito e estava tranquilo nesse momento, visto que ele “é louco por comida”:

**Essa foto aí foi num dos melhores restaurantes que a gente foi, ele gostou muito porque ele é louco por comida** (risos). Então ele tava, tava tranquilo. É óbvio que, eu acho que eu te mandei uma foto só que ele tá com a cara irritada. A gente não vai tirar foto do momento ruim, né? A gente tira do que é bom, obviamente, então **ele tava aí bem, bem tranquilo porque a gente tava almoçando** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Figura 46 - Descontração 12



Fonte: Dados da pesquisa.

Já a Mãe 8 falou sobre o momento de descontração no piquenique que a família realizou no aniversário do seu esposo e conta que todos puderam aproveitar, o filho brincando e os pais descansando:

Figura 47 - Descontração 13



Fonte: Dados da pesquisa.

Foi aniversário do pai dele e aí a gente fez um piquenique no lago. **Foi muito legal esse dia também. Aí (nome do filho) pôde correr, brincar e a gente pôde descansar um pouco** (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Assim, foi possível observar diversos momentos descontraídos das famílias, que mesmo passando por momentos de cansaço e de estresse, puderam se divertir e aproveitar a

experiência turística. Conforme Jang e Cai (2002) os fatores que impulsionam (*push*) os turistas para um destino estão relacionados com as motivações internas, explicando o desejo de viajar, como fuga, experiências novas, descanso e relaxamento, interação social e diversão.

#### 4.1.10 Novidade

O turismo é uma atividade que envolve a expectativa de experiências novas e diversas, que diferem das habitualmente encontradas na vida cotidiana (URRY, 2001). Nesse contexto, algumas mães relataram experiências novas que os seus filhos vivenciaram.

A Mãe 1 relata que o filho, que tem dificuldade de ficar em ambientes com pessoas que ele não conhece, conseguiu “se soltar” no parque de um restaurante próximo a pousada em que a família estava hospedada:

Figura 48 - Novidade 1



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foto eu escolhi porque **representa a liberdade** dele, né? Como que ele se sentiu lá. Isso aqui foi no restaurante vizinho, próximo lá da pousada que a gente tava e pra mim ela **representa essa liberdade que ele teve, que ele conseguiu se soltar, então eu escolhi essa exatamente porque representa isso a liberdade, a felicidade, conhecendo o novo** (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Desse modo, a mãe revela que a foto representa a liberdade e a felicidade do filho que estava conhecendo algo novo, diferente do seu cotidiano.

A Mãe 5, que mora no interior, levou o filho para realizar seu sonho de ir comer no *McDonald's* durante a viagem:

Foi a **primeira vez que ele realizou o sonho dele de ir no *McDonald's***, né, que ele via na televisão, 'eu quero ir no *McDonald's*, eu quero ir, eu quero comer o sanduíche do *McDonald's*!'. Aí foi ele realizando o sonho dele (risos). Não sei qual foi a expectativa dele, se ele gostou (risos), mas aí foi ele realizando o sonho de comer no *McDonald's* (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

Figura 49 - Novidade 2



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 9 compartilhou a foto da primeira experiência do filho em uma cachoeira:

Figura 50 - Novidade 3



Fonte: Dados da pesquisa.

Foi a **primeira vez na cachoeira**, no começo ele não queria entrar, eu já tinha entrado e ele tinha ficado do lado de fora com meu esposo. Aí depois foi que ele entrou, ele demorou um pouquinho pra querer entrar. [...] **Novidade, a primeira experiência dele na cachoeira** [representação da foto] (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Já a Mãe 3 compartilhou uma foto e lembrou que foi a primeira vez que o filho ficou em uma boia na praia:

Figura 51 - Novidade 4



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foi em Palma de Maiorca [...] **foi a primeira vez que ele ficou numa boinha assim**. Ele ia, ia, ia assim, né? A gente tinha que buscar ele lá longe, **ele aproveitou tipo, aproveitou o dia todo** (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Como relatado, o filho aproveitou o dia inteiro na praia se divertindo na boia. Portanto, pôde-se constatar que o fator novidade esteve presente nas experiências turísticas dessas famílias.

#### **4.1.11 Evolução**

O autismo é um transtorno que tem como característica dominante a falta de interação e comunicação com o semelhante, o que pode incorrer em déficit de imitação (TIMO; MAIA; RIBEIRO, 2011). Nesse sentido, além do fator novidade a Mãe 9 lembrou da evolução do filho ao imitar o comportamento das primas:

A (nome da sobrinha) e a (nome da sobrinha) também tava subindo na árvore, aí ele quis subir na árvore, aí o meu marido foi botar ele e subiu na árvore junto com ele, né? Aí foi mais pela experiência também, assim a **novidade** dele tá subindo na árvore. Apesar de não ter subido só, né? Ter sido a gente que botou ele lá em cima, mas **dele querer fazer uma coisa que as meninas tavam fazendo, porque a imitação ele não faz assim, não imita os nossos comportamentos, né? E aí ele quis imitar o das meninas** (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Figura 52 - Evolução 1



Fonte: Dados da pesquisa.

A Mãe 8 também contou um episódio de imitação do filho que aconteceu em um parque temático:

Figura 53 - Evolução 2



Fonte: Dados da pesquisa.

É bem legal essa foto porque **ele imitou a expressão facial da gente e foi bem de surpresa**, sabe? É, lá tinha um lugar que fazia essas fotos. E aí ele falou assim, ‘abre a boca’. Eu não acreditei muito que (nome do filho) fosse topar fazer essas fotos porque foi rápido e nem que ele fosse fazer, mas quando ele falou ‘abre a boca’ que a gente abriu a boca e ele abriu, fez também a mesma expressão, foi bem interessante. **Eu nem gosto muito sabe desse tipo de foto de montagem, mas quando eu vi, eu achei tão interessante ele ter feito, que eu fiquei com a foto.** [mãe relata a dificuldade do autista imitar comportamentos] **autista tem dificuldade, né, na expressão facial e na imitação. E ele imitar, ele conseguir abrir a boca, é, isso pra gente mostra que tá tendo resultado, né, que ele tá conseguindo perceber o que a gente sente, o que a gente faz.** [...] Às vezes a gente fica, poxa, será que o meu filho tá percebendo o que tá acontecendo? Será que ele percebe as emoções? [...] E aí quando a gente chegou de viagem que eu fui desfazer a mala, essas fotos a gente recebe na hora e ela vem num porta retratozinho. E aí eu coloquei em casa, eu até brinquei assim *é uma exposição (nome do filho) de fotos*. E eu coloquei num local, deixei um período, uns 2 meses e sempre que ele olhava ele sorria. Então eu tinha entendimento que ele tava reconhecendo o local (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Assim, no relato da Mãe 8 foi possível observar que foi motivo de surpresa o filho ter imitado a expressão facial dos pais. A mãe ainda conta que não gosta de foto de montagem, mas que comprou as fotos porque achou interessante a imitação do filho, já que é uma dificuldade para pessoas autistas. Inclusive a mãe acredita que após retornarem da viagem e o filho ver as fotos em sua casa e sorrir, ele estaria reconhecendo o parque.

Ademais, a mãe lembrou de outra evolução do filho:

Figura 54 - Evolução 3



Fonte: Dados da pesquisa.

(risos) Então, essa roupa que ele tá usando é engraçada a história, porque ele tem **dificuldade com tecido, com roupa pesada**, ele gosta de estar muito vestido à vontade e isso me deixou apreensiva na viagem Mônica, porque eu pensei meu Deus, como é que (nome do filho) vai usar uma roupa de frio? Ele, primeiro que **ele não**

**sente frio, ele não tem essa sensibilidade.** Só que você adocece, né, se ficar ali exposto a temperatura baixa. **E aí eu fui vestindo aqui assim antes de viajar já vestindo as calças de moletom pra ele poder ir se acostumando,** que aqui a roupa que a gente usa é short, camisa e chinelo, muito quente. E aí eu fui vestindo as calças, sapato não, ele usa, vai pra escola, o colete, aí vesti essa camisa de botão, muita informação, ele não conseguiu ficar muito tempo. Ele reclamou, se irritou com o colete, mas ele não conseguiu ficar muito tempo irritado porque a gente andou pro centro, depois conheceu a cidade, e aí comeu uma besteira e a gente tomou um sorvete, aí ele já tava super tranquilo, aí eu tirei uma foto dele assim usando a roupa. [...] É motivo de **orgulho** assim ver que (nome do filho) está crescendo e **evoluindo** bem [referindo-se ao significado da foto] (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Nesse relato, a mãe falou sobre a sensibilidade a textura de tecidos e a indiferença a dor/temperatura. Esses dois fatores são explicados no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais devido à “hiper ou hiporreatividade a estímulos sensoriais ou interesse incomum por aspectos sensoriais do ambiente (por exemplo, indiferença aparente a dor/temperatura, reação contrária a sons ou texturas específicas)” (APA, 2014, p. 50). Portanto, ver o filho evoluindo por conseguir utilizar a roupa é “motivo de orgulho”.

A Mãe 6 também relata a evolução da filha por ter perdido o medo da praia:

Figura 55 - Evolução 4



Fonte: Dados da pesquisa.

Ah, essa foi no dia que ela **perdeu o medo de praia**, que ela ficou muito alegre. É porque ela não gosta de tirar foto, né? Isso já foi um *print* de um vídeo que ela tava brincando com a água e aí eu fiz um vídeo pra fazer a foto. Porque realmente é a parte que ela gosta muito de água, muito de água, piscinas ela ama e é importante pra mim que foi uma **evolução** pra ela. [...] uma **evolução**, por mais que seja simples, né, por mais que seja uma coisa simples, a mãe Ave Maria, pula de alegria, qualquer coisa que ela aprende assim, pra nós é **uma vitória, é uma vitória dela e nossa** (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

Desse modo, ficou evidente que a foto representa para a mãe uma evolução. Destaca-se que a mãe fala que por mais que seja uma coisa simples, para quem tem um filho autista representa uma vitória, tanto do filho, quanto dos pais.

A Mãe 7 também atribuiu o mesmo significado ao falar sobre a primeira vez que o filho conseguiu entrar no mar:

Figura 56 - Evolução 5



Fonte: Dados da pesquisa.

Essa foto eu escolhi porque ela é linda, né, (risos) a paisagem, tudo e **foi quando ele quis entrar no mar**. [...] uma **evolução**, né? [referindo-se ao significado da foto] (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

A mãe relatou que já tinha realizado uma viagem para a praia, porém o filho não quis entrar no mar, mas na segunda vez que viajaram para outra praia o filho entrou, na quarta tentativa, o que significa uma evolução para essa mãe.

A Mãe 9 fala sobre as primeiras vezes que o filho ficou no mar sem segurar as mãos dos pais:

As primeiras vezes que ele soltou da gente, né, que ele sempre ficava segurando, não deixava a gente se afastar e aí foi uma das primeiras vezes que ele já deixava. Agora já tem várias fotos dele assim, olhando pro mar sozinho, mas antes era sempre segurando na minha mão ou na mão do meu esposo (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Figura 57 - Evolução 6



Fonte: Dados da pesquisa.

Em outra foto a pesquisadora observou o filho utilizando chinelo dentro de casa, e então questionou à mãe 10 se o seu filho gostava de utilizar o calçado em sua residência. A mãe comentou sobre o hábito do filho dormir de chinelo. Assim, ao ver a foto (Figura 57) a pesquisadora comentou sobre esse hábito do filho e então a mãe relatou:

Ele já fica mais tempo sem chinela, mas **pra dormir ele dorme de chinela**. Ele tinha parado de dormir de chinela, quando ele era pequenininho ele dormia e aí depois ele tinha parado de dormir. Só que quando eu tirei a fralda ano passado aí ele foi e voltou a dormir [de chinelo]. Aí já até conversei com a psicóloga sobre isso, aí ela disse, pode ser que seja uma coisa que ele se sente seguro, porque **sempre ele gostou de estar de chinela**. Quando é canto assim desconhecido ele não tira, que eu acho que ali ele já conhece. A terapeuta ocupacional até disse que tem a questão da segurança do movimento, né? Porque quando ele pisa no canto em falso, ele não sabe qual vai ser o retorno e ele pisando com a chinela ele já conhece. Então a chinela era um tipo de segurança pra ele e aí quando ele tirou a fralda ele ficou dormindo de chinela e aí eu deixei. O pessoal diz 'valha, o menino dorme de chinela', não vai me fazer diferença nenhuma ele dormir de chinela ou ele dormir descalço, o que importa é que ele durma. [...] **No começo, quando era na lagoa, ele queria entrar na lagoa com a chinela, mas aí ele hoje já tira sem nem você dizer**, ele, ah (nome do filho) vamos entrar na lagoa, ele já tira a chinela e anda. Tem gente que tira assim na beiradinha, não, ele já tira ali na mesa que a gente tá, pra ir, porque ele já entendeu que quando ele voltasse ela vai tá lá. [...] **Avanço, evolução**, com certeza! (risos) [referindo-se ao significado da foto] (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Para a Mãe 11 o filho entrar no mar também significa um avanço, visto que o filho tem medo de peixe:

Figura 58 - Evolução 7



Fonte: Dados da pesquisa.

Nossa! **Esse dia foi muito bom, a gente curtiu muito, muito, muito.** Ele molhou no riozinho e no mar. Porque ele tem um pouco de medo de peixe, né? **Então ele tem que ter certeza absoluta que não tem peixe. E já foi um problema antes, porque antes a gente sabia que ele adorava entrar no mar, mas ele tinha uma dificuldade de entrar e a gente ficava tentando convencê-lo** e aí não. Aí ele entrou, ele mergulhou, ele curtiu muito, muito, muito, muito. Ele era bem difícil de conseguir entrar aí e nesse dia ele nem hesitou assim. E é engraçado que quando ele se diverte e que não tem esses momentos de estresses ele fala ‘eu tô me divertindo, né? Eu tô me divertindo, né?’ Ele quer que a gente se certifique de que ele tá se divertindo, sabe? [comentando sobre o tempo que o filho não entrava no mar] eu acho que essa história de não entrar na água já fazia um ano e meio que não rolava mais, né, essa história de não querer entrar. Ele já tinha ido anteriormente a essa e tinha entrado com mais facilidade que é na praia onde meu pai tem uma casa de praia, na praia da Pinheira. Só que lá na Pinheira ele conhece o mar já ali, né? Ele conhece, sabe que não tem peixe. Ele só pergunta que não tem e entra, mas quando é uma praia diferente ele fica ‘essa praia tem peixe? O peixe vai vir? O peixe vai me pegar?’ [...] Então se ele via, ele não entrava de jeito nenhum e nesse dia ele viu, ficou ‘não, eu não tô afim de entrar, eu vou ficar correndo por aqui, eu quero ficar na areia’. E aí o sol foi batendo, foi ficando quente, foi ficando quente, daqui a pouco ele pegou eu vi que ele tava olhando pro peixinho pequeno assim, mas ele não fez nada, ele não disse ‘eu não quero ficar aqui’. Não e aí ele já tava dentro do riozinho mesmo com os peixinhos. Então **já foi um avanço bem grande** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Já a Mãe 12 fala sobre a evolução do filho por ter conseguido ficar em um parque aquático:

[foto do filho sozinho] é no Beach Park, eu disse *ele vai pro Beach Park, ele vai conhecer*, reclamava um pouco porque andava muito, porque é grande, né? Aí ele fez ‘eu não vou vir de novo no outro dia pra andar isso tudinho’ (risos). [...] aí me representa assim uma **luta** viu Mônica [referindo-se ao significado da foto], porque como (nome do marido) sempre trabalhou aqui longe, então assim eu sempre fui uma mãe, uma mãe solo, né, que dizem. Eu sempre fui muito atrás das coisas pra ajudar (nome do filho), eu sempre tava no colégio, sempre tava falando com as professoras,

sempre tava com a psicóloga, sempre participava de tudo pra ajudar meu filho a ficar bem em sala de aula, né, pra que ele seguisse bem, porque tinha dias que ele chorava no colégio, só queria sentar no chão, não queria sentar na banca ou então ele queria ficar andando dentro da sala que atrapalhava os alunos de assistir aula, né? Então assim, teve tantos momentos difíceis, sabe? E que (nome do marido) não passou por isso, né, quem passou mais fui eu sozinha, ele passou por outros, né, que tivemos em casa em alguns outros lugares que ele tava junto, mas na escola não, né? Então assim, eu ver (nome do filho) bem, assim tirando uma foto num parque que ele não é muito chegado a ir, ele conseguiu ir e estar lá comigo e já assim prestes a fazer 18 anos, então para mim foi uma **vitória**, sabe? Dele ter **evoluido** tanto, dele ter conseguido, sabe? Ele tá melhor, porque antigamente quando ele era menor e tinha muitas crises a gente ficava sem saber o que que vai ser, eu dizia *quando ele tiver uma crise quando ele ficar adulto, como é que vai ser?* Quando a gente não tiver junto, né, tiver em outro lugar, aí eu me preocupava muito com isso. Hoje em dia as crises dele depois que começou o *canabidiol*, o óleo do *canabidiol* reduziram muito, muito mesmo, sabe, muito, ele tá mais alegre, tá mais tranquilo, tem uns momentos de ansiedade, mas essa é uma **vitória** pra mim essa foto (risos).

Figura 59 - Evolução 8



Fonte: Dados da pesquisa.

[foto junto com o filho] a gente no parque, também assim como ele cresceu e **evoluiu** e tava lá justamente no lugar da piscina de onda, né, que ele tava e eu contente porque ele tava. Aí (nome da amiga) fazia pra mim ‘olha quanto tempo ele já tá nessa piscina de onda (nome da mãe), tem mais de duas horas!’ (risos). Aí eu dizia *não tire o boné não pra não ficar com a sua cabeça doendo e o rosto, né?* Aí ele ficou um tempão lá boiando, nadando, ele vinha pra borda e voltava, vinha para lá e voltava. Aí eu dizia *pois é (nome da amiga), graças a Deus!* Ela ‘tá vendo, ele pode ir pros lugares, ele pode fazer as coisas’, *pode, pode sim*, agora é porque eu acho que eu **já tinha tido tantos problemas antes, que a gente já fica meio receosa sem saber se vai dar certo, né?** E aí eu feliz da vida porque tava dando certo, ele tava no parque, né? **Tava comigo** (risos) [...] Aí eu digo não, **pra mim a vitória é minha** (risos) dele tá aí comigo, porque assim foi muita luta, muita! **É assim procurando muita coisa pra ajudá-lo, né? Sempre pra ele melhorar, ele conseguir ser uma pessoa feliz, né? No final ele ser uma pessoa feliz, né?** E ó que ele tá dando o risinho dele aí (risos) (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Portanto, foi possível perceber como as mães percebem as evoluções dos filhos nas viagens. Em alguns casos, as mães até se surpreenderam pelos filhos imitarem comportamentos e expressões, algo que não fazem no cotidiano. Tal fato mostra que o turismo pode trazer benefícios para essas pessoas e ajudá-las a desenvolver habilidades. Além disso, melhora a qualidade de vida tanto dos filhos, quanto dos pais, que apesar das dificuldades enfrentadas, ficam felizes de conseguir vivenciar essas experiências com seus filhos. Esses benefícios vão ao encontro da pesquisa de McCabe e Diekmann (2015), na qual os autores afirmam que os benefícios do turismo na vida das pessoas incluem impactos na saúde, bem-estar, felicidade e qualidade de vida.

## 4.2 Análise e discussão dos dados verbais

Nesta seção, são apresentados, analisados e discutidos à luz do referencial teórico os dados obtidos nas entrevistas.

### 4.2.1 Escolha do destino turístico

A experiência de consumo começa a ser vivenciada antes mesmo do ato de consumir (CARÜ, COVA, 2007). Sirakaya e Woodside (2005) afirmam que o processo de escolha de um destino turístico se assemelha a um funil, no qual os viajantes restringem as escolhas entre as alternativas e são influenciados tanto por fatores sociopsicológicos quanto por fatores não psicológicos. Neste estudo, identificou-se que algumas mães (Mãe 6, Mãe 9, Mãe 1 e Mãe 7) priorizam destinos e hospedagens em locais tranquilos, especialmente, devido a sensibilidade auditiva e a dificuldade de interação social dos filhos:

Eu gosto de **lugares tranquilos**, tanto pra mim, por opção minha, como pra ela, né? (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

A questão da hospedagem, ele estando com a gente, ele fica bem em qualquer lugar, né? É difícil ele não tá bem se a gente tiver lá. [...] a gente já acaba sempre indo pra **cantos tranquilos** mesmo, já acaba escolhendo, a gente não tem nenhum programa assim um show uma coisa assim, a gente vai sempre mesmo pra cantos mais tranquilos (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Ainda, a Mãe 1 relata que o filho entra em crise quando fica em ambiente muito aglomerado e barulhento:

Primeiro, por ser mais tranquilo, porque ele não se dá em ambiente que tem muita gente, que é muito aglomerado, que tenha muito barulho. Isso pra ele é insuportável, né? Ele entra em crise de pânico, choro e então a gente escolheu pra essa primeira viagem **um lugar mais tranquilo, reservado, mais afastado**. Então lá onde a gente ficou tinha apenas uma casa do lado da nossa, mas um pouquinho distante, e a casa que a gente estava e o resto tudo eram as **montanhas**. Ali tinha um **lago**, então foi pra ele realmente **se sentir livre**, né? Se sentir e **não ter é preocupação com barulho, com pessoas, estranhos que pudessem chegar ali perto dele**, então foi mais pensando no bem-estar dele mesmo (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Também, foi possível identificar quais são os componentes do produto turístico que atraem as famílias de pessoas autistas para um destino. Para Balanzá e Nadal (2003), o produto turístico é formado pelo preço, por bens e serviços, pela gestão do serviço turístico, pelos recursos naturais, culturais, físicos ou artificiais e pela infraestrutura e equipamentos como aeroportos e estradas. Valls (2006) cita alguns exemplos de atrativos turísticos, quais sejam, um monumento, uma paisagem, uma praia e o clima. Nesse sentido, além do local tranquilo, a Mãe 1 cita as montanhas e um lago que são atrativos naturais do ambiente.

A Mãe 7, além de mencionar que o destino é um lugar tranquilo e sem barulho, menciona outro tipo de atrativo, ou seja, o atrativo construído que envolve os locais destinados para os filhos brincarem:

**Um lugar pra eles ficarem brincando** (risos), algo que seja direcionado a eles, né? [...] Então a gente sempre pensa, vamos pra algum lugar que a gente vai levar eles onde tem espaço pra eles brincarem. Então assim, a gente vê muito, a gente procura muito essa questão, de tem um lugar pra eles brincarem? [...] **Um lugar mais tranquilo por conta de barulho porque ele tem sensibilidade a ruídos, ele é sensível a ruídos, a gente sempre procura um lugar mais calmo** (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

Outros atrativos naturais citados (Mãe 3 e Mãe 8) foram o clima e a praia, como influenciadores na escolha do destino. Além disso, foi mencionada a interação social, ou seja, a interação com familiares e amigos:

Às vezes eu escolho mesmo pela **época do ano, se tá calor ou frio, não gosto de viajar no frio**. É então eu escolho **se tem piscina, se tem praia, se tem família, amigos perto que eu posso visitar ou amigos** que vão indo pra tal lugar e a gente se organiza e vai (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

A gente já tinha ido a Gramado quando eu tava grávida. E aí depois disso (nome do filho) nasceu. Aí veio o processo da descoberta do autismo, ele tinha 2 anos. Com 3 anos, veio a pandemia e aí depois **a gente queria reunir a família**, a família do meu marido [...] e a gente queria **um local que tivesse um clima mais ameno e que a gente pudesse estar junto e Gramado foi uma opção porque a gente já conhecia e todo mundo queria voltar**, aí a gente resolveu voltar pra Gramado. [...] O hotel o que me fez escolher foi uma **área de lazer infantil que eles tinham e jardim bem**

**grande com um parquinho**, eu acho importante ter isso pra (nome do filho) (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

A Mãe 8 também mencionou que escolheu o hotel devido aos atrativos construídos, como a área de lazer infantil e o jardim com um parque. Ademais, os atrativos do destino, sejam naturais, construídos ou culturais também são levados em consideração por outras mães (2, 4, 5 e 11):

Um lugar que tenha, um lugar com **muito parque**, com **muito verde**, com **muita natureza**. [...] Praia não, porque praia só o que tem em Fortaleza é praia e ela vive na praia comigo. Aí eu quero **praça, serra**, essas coisas. [...] A gente foi pra esse **restaurante** que tinha essa vista, esse **mirante** e tal, muito bonito e **dentro do restaurante** tinha uma **área kids**, né? Então **eu sempre priorizo levar pra lugares que tem área kids e que tem monitor na área** e esse lugar tinha (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

[...] Foz do Iguaçu, por exemplo, eu já tinha ido a um congresso e desde que eu fui lá eu queria levar minha família. Então assim, tudo que eu acho interessante, assim, **tanto a parte urbana, museu, quanto natureza**, as coisas que me atraem eu também quero levar pra eles verem (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

É pra passeio mesmo assim que ele gosta, ele gosta de **praia**. [...] Tem que ser um lugar que tenha **praia**. [...] tem que ter um **McDonald's**, tem que ter **piscina**, desses lugares, que são os favoritos dele, tem que ter **parque** (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

A gente procura escolher juntos, a gente coloca opções assim, né? Vamos pra **praia**, por exemplo, vamos pra um **lugar frio**. Aí lá tem isso pra fazer, tem parque, tem piscina, tem praia. A gente vai fazendo acordos 'olha se a gente vai no parque a gente vai ter que levar lanchinho porque não vai dar pra não gastar muito. Ah, se a gente for nesse daqui a comida é livre, só que não vai ter parque em volta'. Aí a gente começa a colocar as opções, os prós e os contras e vai decidindo juntos. Normalmente a gente procura ou por lugares que tem **piscina, parque aquático** ou por lugares onde tem, por exemplo, Gramado, a gente foi pra Pomerode que tem **zoológico, tem brinquedo**, coisas que eles possam fazer, casa do chocolate, a gente procura passeios assim, né? Que a gente possa ir todo mundo junto. [...] É assim pela seletividade alimentar aqui não tem problema. **A gente normalmente escolhe apart hotel, porque eu cozinho, eu gosto de cozinhar e por que aí a gente pode gastar com outras coisas, passeios e isso acaba economizando um pouco**. Então a gente sempre tem que escolher um lugar que dê pra dividir, né? Comer um pouco fora e comer um pouco no local. **Às vezes a gente escolhe Airbnb, às vezes a gente escolhe hotel, mas sempre tem aquele espaço ali, apart hotel, né? Que tem aquela cozinha** que a gente possa mesclar entre uma coisa e outra (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

A Mãe 11 também aponta a preferência por *apart* hotel considerando como uma forma de economizar por preparar a alimentação e gastar o dinheiro com outras coisas, por exemplo, com os passeios realizados pela família durante as viagens. Nesse contexto, o preço acaba se tornando um fator relevante na escolha do destino. Segundo Sirakaya e Woodside (2005) o preço, que faz parte do mix de marketing é uma variável externa que influencia na

escolha do destino turístico. Assim, o preço foi um fator determinante na escolha do destino da experiência turística da Mãe 10:

Na verdade, pelo gosto dele qualquer lugar estava bom, né? (risos) Dando preferência a lugares que façam **frio**, porque ele gosta muito de frio, mas **a gente acabou escolhendo Curitiba por causa do preço das passagens** mesmo, **a gente achou uma promoção**. [...] A gente ficou em hotel lá. A gente tentou fazer uma programação diferente, lá tem muitos **parques**, muita coisa ao ar livre e também **restaurantes**. A gente foi pra Santa Felicidade que fica ao lado. **Só não foi uma experiência melhor porque ele tem agregado ao TEA, ele também sofre de ansiedade**, né? E aí foi bem desafiador porque os sintomas dele da ansiedade é querer fazer xixi o tempo inteiro. Então em qualquer canto que a gente parava era banheiro, banheiro, banheiro, banheiro. **E ele num mau humor absurdo, porque assim, apesar de tá ansioso, né, com a viagem, é uma coisa que sai da rotina e isso pra quem tem TEA é um pouco complicado**, né? **Ele não tava conseguindo administrar bem assim emocionalmente falando, porque não sabia o que esperar**, né? [...] tinha muitos parques, meu marido, ele já morou lá em Curitiba, né? E ele fala muito bem de lá e ele queria que a gente conhecesse. Uma característica de lá é que é muito limpo, uma cidade muito limpa, você não vê um fio de cabelo na rua, em canto nenhum e por causa dos parques também, tem muita **área arborizada**, muita coisa pra se fazer ao ar livre em família, **parque infantil** mesmo gratuito, né? (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

É importante mencionar que como relatado pela Mãe 10 o filho tem ansiedade e não estava conseguindo “administrar bem emocionalmente” a situação devido à imprevisibilidade e a mudança de rotina que como a própria mãe relata são fatores complicados para pessoas autistas. Então, esses fatores tornaram a experiência de viagem da família mais desafiadora.

Ainda referente a escolha do destino, a Mãe 12 também menciona que o preço influenciou na escolha da sua última experiência turística e que foi uma amiga que a convidou para realizarem a viagem:

Esse ele não participou. Esse na realidade foi **uma amiga** da gente aqui em Natal, um casal de amigos que o filho era amiguinho de (nome do filho mais novo) e que **tinha visto uma promoção** nesse negócio do (nome de um parque aquático) e **chamou pra gente ir junto**. Mas como teve a questão da pandemia, eles foram porque eles são bem corajosos e a gente não foi porque ficou com medo. Aí depois eu disse (*nome do marido*) *eu vou ter que ir com os meninos pelo menos pra não perder*, porque tava chegando o prazo de perder, né? *Se não a gente não vai, vai perder e não vai ter o ressarcimento do pagamento*, né? [...] assim ele foi [filho autista], ele gostou porque **ele adora ficar nos hotéis, que tem assim muito a comida que ele gosta de comer, ele adora participar, de ir pros restaurantes, sabe, ele adora**, [...] **ele não gosta de ir nos brinquedos, né? Porque ele não se sente bem, ele fica agoniado**, se der um frio na barriga ele fica, não dá certo. Eu disse (*nome do filho*), *a gente vai nos brinquedos que você quiser ir ou então o que você gostar*. Aí pronto, **a piscina de ondas ele adorou, ficou horas na piscina de ondas lá**, né? Aí tinha um também que era um bote, que era um parquinho que ia na correnteza, eu chamei, mas nesse dia ele ficou cansado, queria voltar pro hotel. Eu levei ele pro hotel de volta, ele ficou lá, pedi um almoço pra ele e voltei pro parque um pouquinho pra ficar mais com (nome do filho mais novo), mas aí depois ele ligou, eu disse *tá meu filho, mamãe já tá voltando*. Aí ele assim, ele consegue ligar, ele sabe, ver no celular gravado eu e (nome do pai)

e todo mundo. E aí, pronto, e aí ele conseguiu, eu fui pra lá e depois a gente deu uma volta em Fortaleza, fomos conhecer o **shopping**, ele gosta de ir almoçar no shopping, essas coisas, foi no shopping foi ver algumas **praias** e depois a gente foi pro aeroporto, né? Mas assim, **ele gostou, agora no segundo dia realmente ele não quis ir pro parque. ‘Não mamãe, eu já fui ontem, eu não quero porque vai ser muito barulho’**. Aí tá, eu deixei ele lá com o celular, qualquer coisa ele me ligava, mas ele ficou tranquilo não teve problema nenhum. Como ele já tá grande também ele já sabe se resolver (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Ressalta-se que a interação social, relatada tanto pela Mãe 12, quanto pela Mãe 3, também é elencada por Sirakaya e Woodside (2005) como uma variável externa no processo de escolha de um destino turístico.

Após os relatos é possível identificar os aspectos relacionados com a escolha do destino turístico. Assim, o fato de ser um local tranquilo foi mencionado por 4 mães (Mãe 1, Mãe 6, Mãe 7 e Mãe 9), especialmente em razão da sensibilidade a ruídos que os filhos possuem ou da dificuldade de socialização. Ademais, os atrativos naturais mencionados foram clima, natureza, montanha, lago, serra e praia. Já os atrativos construídos apontados foram os parques, inclusive parques aquáticos, piscina, zoológico, praça, mirante, área *kids*, restaurante e shopping. Ainda, no atrativo cultural foi mencionado o museu. Também foram relatadas a interação social com a família e os amigos. Além disso, o preço influenciou a escolha do destino, como mencionado por três mães (Mãe 10, Mãe 11 e Mãe 12) visto que o valor da passagem aérea e da hospedagem estava em promoção, além da escolha por *apart* hotel como uma forma de economizar.

Ressalta-se que foi possível notar nos relatos das mães os fatores que impulsionam (*push*) e atraem (*pull*) turistas para um destino mencionados por Jang e Cai (2002). Tais fatores são a interação social (fatores *push*), que estão relacionados com as motivações internas que levam turistas potenciais a tomar decisões relativas à viagem, bem como os atrativos naturais, culturais e construídos (fatores *pull*), que estão ligados a aspectos externos e características do destino.

#### 4.2.2 Expectativas

A expectativa pode ser definida como a capacidade do indivíduo de antecipar, formar crenças e prever estados e eventos futuros (MADDUX, 1999). Segundo Larsen (2007), as expectativas estão relacionadas em parte com características e estados do indivíduo, e em parte com expectativas específicas direcionadas a eventos futuros. Nesta pesquisa, foi possível observar que as expectativas das mães de pessoas autistas estão associadas a condição dos seus

filhos, especificamente ao comportamento dos filhos fora das suas rotinas, em razão de algumas características do TEA como, por exemplo, a previsibilidade, a sensibilidade sensorial e a necessidade de seguir uma rotina.

Conforme relatado pela Mãe 5 a questão da expectativa é um ponto de interrogação, ao ser questionada sobre a sua expectativa em relação as viagens a mãe inicialmente ri e então responde:

(risos) Eu **espero que ocorra tudo bem, porque assim é um ponto de interrogação, porque pode ser muito bom, mas também pode ser muito ruim** e só porque antes a gente procura conversar com ele, né? Eu sempre digo *a gente vai, a gente vai viajar de ônibus, a gente vai de noite, a gente vai dormir*. Aí eu também fiquei **muito preocupada** porque as outras vezes que a gente viajou com ele, ele era bebezinho e ia no colo, né? Agora que tá maiorzinho, né? **E minha preocupação era chegar na rodoviária, muito barulho, muita gente**, né? Mas aí eu **conversei com ele antes**, eu disse *lá vai ter muita gente, vai ter muito barulho, não precisa ficar com medo, segura na mão da mamãe, não solte a mão da mamãe e dá tudo certo* e assim foi (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

Observa-se no relato que a experiência turística da família pode ser muita boa, mas também pode ser muito ruim. A mãe destaca a preocupação com a rodoviária por ser um ambiente com barulho e muitas pessoas. Assim, a mãe conversa com o filho para o preparar para a viagem. Nesse contexto de preparação, a Mãe 3 aponta que também realiza preparações para o filho se distrair e que fica animando o filho com surpresas, a mãe ainda revela que fica ansiosa:

Eu fico assim é **ansiosa**. É, eu tento preparar alguma coisa pra ele se distrair, porque se ele começa a aprontar dentro do transporte é complicado, né? Então assim eu, eu fico assim ansiosa, eu tento preparar tudo, é preparar alguma comidinha pra ele, tudo baseado em surpresas, né? E sempre falar o que que a gente tá indo fazer *olha, a gente vai, a gente vai em tal lugar, a gente vai em tal lugar, a gente vai pegar o avião*, ele ama avião, então automaticamente ele já segura assim as emoções um pouquinho até chegar (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

A Mãe 1 indica que tinha a expectativa de saber se ia dar certo. Apesar de prever alguns comportamentos do filho decorrentes de outros ambientes, como essa era a primeira viagem com o filho, algumas situações foram novas e desafiadoras:

**A minha expectativa foi bem ruim que eu pensei que ia ser pior**, não de que não tenha sido **desafiador** como eu falei, né? Teve momentos que foi muito difícil pra mim, por nunca ter passado, não saber como agir. Mas eu já imaginava o que podia acontecer em determinados alguns episódios que a gente já sabia como ele se comportava, né? Então imaginava que algumas coisas poderiam acontecer, outras foi um pouquinho mais de **surpresa** [...] ficava com um pouquinho de **receio de saber se ia dar certo** (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

A Mãe 8 menciona que estava com medo da viagem de avião, como apresentado na pesquisa de Dempsey *et al.* (2021) viajar de avião é um desafio para as famílias de pessoas autistas. A mãe aponta a demora como o motivo do seu medo, que poderia resultar na desorganização do seu filho:

Quando a gente resolveu ir pra Gramado **o meu maior medo era a viagem de avião, porque eu pensei assim se demorar muito pode se desorganizar**, mas aí ele fez totalmente ao contrário. E também a gente conseguiu um voo de madrugada e eu estava com medo de ser o horário do sono dele, ele acordar, ele ficar muito irritado e dar muito trabalho dentro do avião, só que foi totalmente ao contrário do que o que a gente pensou, ele foi muito tranquilo (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Já a Mãe 9 expôs a sua preocupação referente ao clima, visto que seria a primeira vez que o filho iria ficar exposto ao frio:

Quando é **pra praia já é mais tranquilo** porque ele já cresceu indo à praia, então sempre foi mais tranquilo. **Quando a gente foi pra Guarimiranga a primeira vez foi mais tenso na questão de como ele ia ficar exposto a tanto frio**, né? Que a gente até então não tinha ido assim tanto frio. Aí ele sempre vai atrás sozinho e eu vou na frente. Quando a gente foi pra Guarimiranga quando foi pra subir Guarimiranga, aí eu peguei e fui pra trás por causa dele sentir alguma coisa ou reclamar, eu tava do lado dele, mas ele nem sentiu nada não (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

A Mãe 10 que em outro momento da entrevista informou que recebeu o diagnóstico do filho recente, pouco antes da viagem, relatou que imaginava que ia ser uma viagem tranquila e feliz, sem considerar a possibilidade de que o filho iria ficar tão irritado:

**Eu não tinha levado em consideração que ele poderia ficar irritado**, entendeu? Que ele poderia ter esse tipo de comportamento. Foi bem estranho pra gente porque a gente não conseguiu aproveitar certos momentos, ficava o tempo inteiro tentando regular o (nome do filho), entendeu? Regular o fato que ele fica impaciente, que qualquer coisa se frustra. [...] ele tava super ansioso, super animado. Então a gente achou que ele ia ficar numa boa, entendeu? Então foi, **foi realmente uma surpresa pra gente e uma frustração também ver que a viagem não ia ser tão tranquila como a gente pensou, porque ele ficou a maior parte do tempo assim, bem, bem irritadíssimo. A expectativa era de que ia ser tudo tranquilo e feliz** (risos) (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Nota-se nesse relato que apesar da animação do filho para a viagem, também estava presente a ansiedade que resultou em momentos de irritação e desregulação do filho, fato que surpreendeu a família durante a viagem por ter sido totalmente diferente de como os pais imaginavam que seria a experiência da família, visto que a família recebeu o diagnóstico do TEA pouco tempo antes da realização da viagem.

Ademais, Hamed (2013) afirma que o turismo é considerado uma experiência humana e social que compreende um conjunto de atividades que proporcionam lazer, recreação e interação social. Já Quinlan-Cutler e Carmichael (2010) indicam que o conhecimento é um aspecto cognitivo da experiência turística que envolve aprendizagem e educação. Nesse sentido, algumas mães mencionaram a expectativa de que os filhos se adaptassem a um lugar diferente, se divertissem, se socializassem e que a experiência servisse como um aprendizado:

**A expectativa de que aquilo vá ficar na memória, na experiência.** Eu sou uma pessoa que gosto muito, se eu pudesse eu iria a todos os continentes, via todo o mundo. Eu tenho vontade de ir ao Egito, à Índia, culturas diferentes, comidas diferentes. E assim, eu quero que isso seja absorvido. Ela, ela gosta, mas ela não fica falando ai que legal, ai que bacana, mas por exemplo, ela vê uma foto da Torre *Eiffel* ela diz 'eu já fui lá', ela vê uma foto da Monalisa 'já fui lá'. E aí, né, eu quero [pausa] ainda mais **ela que demorou assim pra desenvolver a fala, a parte social** que tem, que é um pouco mais lento, né? Eu espero que essas experiências, né, eu acho que a gente aprende por associação, né? Ah, já vivi isso vou associar com aquilo. [...] É um **aprendizado**, é no caso dela, né, pra **ela socializar mais** (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

A expectativa é **dela se divertir, ela gostar** do passeio (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

**Desopilar.** Eu queria, eu queria que ela conhecesse mesmo outro lugar. [...] Eu também queria ver como é que ela ia reagir fora de casa é essa questão do ônibus de algumas horas, porque se a gente for pegar um avião, os cantos próximos são isso né 4, 5 horas de voo, 6 horas de voo e não tem muito o que fazer, então a minha **expectativa era de que ela conseguisse se adaptar** a essa mudança de maneira positiva e foi o que aconteceu, pelo menos dessa vez aconteceu. [...] Eu tinha a **expectativa que ela se divertisse**, que ela aproveitasse, né, que ela tivesse disposta a brincar, porque quando ela não tá disposta a brincar é porque alguma coisa de errado tá acontecendo. Então ela só queria saber de bater perna, de brincar, de ir pra cima e pra baixo. Então tava tudo ok (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

No relato da Mãe 4 fica evidente a expectativa de que a experiência turística sirva como aprendizado, além de ser uma forma de a filha se socializar mais durante as viagens. No relato da Mãe 6, a mãe expressa o desejo de que a filha se divirta, como também ocorre no relato da Mãe 2, no qual, inicialmente a mãe fala sobre a sua expectativa de desopilar e em seguida fala da expectativa em relação a sua filha, tanto em relação a se ela se divertiria, quanto a se ela se adaptaria, já que era uma viagem longa. Nesse contexto, a Mãe 7 expressa a sua expectativa de descansar:

A minha expectativa é **descansar, mas nunca acontece** (risos). Tentar **aproveitar**, né, pra explorar mesmo o lugar, mesmo conhecendo, fazer passeios diferentes. É buscar colocar eles também nos passeios pra gente fazer em família, porque geralmente também só tem pra adulto, né, na praia e geralmente a gente gosta mais de praia, porque a gente já mora na serra, né? (risos) (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

Nota-se no relato da Mãe 7 que a sua expectativa de descansar nunca acontece, bem como de aproveitar os destinos turísticos. A Mãe 11 declara que a sua expectativa é de realizar um sonho, tal afirmação corrobora com a classificação de Arnould, Price e Zinkhan (2002), que inclui o sonho como uma experiência de pré-consumo. Entretanto, a mãe relata que inevitavelmente existe o desgaste e que até mesmo se prepara para esses momentos, não somente para os momentos de diversão, como fica evidente na sua fala sobre a expectativa da viagem internacional que irá realizar com a sua família:

A minha expectativa é de **realizar um sonho**, né? Porque eu nunca viajei pra lá, nem quando criança, nem nada, mas eu também já tô me preparando, tipo assim, vai a família toda, né? Eu e meus filhos, minha irmã e os filhos, meu pai e minhas outras irmãs, vai todo mundo. E aí uma coisa que eu falei com meu marido é que a gente vai alugar um carro só pra gente. Por que ele disse assim 'vai alugar uma minivan que cabe todo mundo'. Eu falei *não, vamos alugar um carro só pra gente!* Porque eles vão querer, sabe, fazer compras e chega uma hora que não dá pra ele, pro (nome do filho). Aí a gente pega o carro e vai embora. Eu tô me preparando pra se for preciso parar o que eu tô fazendo e voltar pra casa porque, voltar pra casa que a gente vai ter alugado lá, porque tem hora que não dá, tem hora que ele não consegue suportar tanta demanda, tanta demora, tanta espera. Eu também tô me preparando pra esse outro lado, né? [...] **eu sempre me preparo pros dois lados** (riso contido) [...] Vai ter o desgaste ali, o desgaste de ter que conciliar essas demandas dele, então **eu sei que vai ter o desgaste inevitavelmente** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, ficou evidente nesse relato como a Mãe 11 já está se preparando para a futura viagem que a família irá realizar. Visto que o seu filho necessita de previsibilidade e a demora é algo que o afeta, a mãe definiu com o seu cônjuge que irão alugar um carro separado para atender as demandas do filho. Ademais, a Mãe 12 mencionou o desejo de que o filho fosse em algum brinquedo e relatou sobre a experiência da última viagem que realizou com o filho:

**Eu queria que ele fosse em algum brinquedo lá que ele gostasse** pra ir, realmente os brinquedos são enormes, né? E não dá pra ir em tudo, agora assim, infelizmente a gente pegou um final de semana, tinha muita gente realmente no parque, muito cheio, né? Se a gente talvez tivesse pegado dia de semana era mais fácil, mas como não pegou, então assim, ele ficou o tempo que ele conseguiu, né? **Eu sabia que assim, ia ter momentos que ele não ia ficar, ia dizer que não queria mais ficar, né? Mas pelo menos ele ficou, pouco, ele brincou, ele ficou na piscina, eu fiquei com ele**, sabe, (nome da amiga) a minha amiga que foi também ficou com ele lá com a gente, sabe? Então assim ele participou, né? Ele gostou da piscina de onda, tomou sorvete lá, ficou um pouco. Ele ficou acho que umas 3 ou 4 horas lá no parque com a gente, porque no início a gente ficou nos guarda-sóis pra ele não pegar muito sol e depois a gente foi pra piscina de ondas, ele adorou, ele achou o máximo porque tinha onda na piscina, porque ele nunca tinha tomado banho na piscina de onda, ele ficou muito tranquilo lá na piscina. Aí ele boiou, ficou pra lá, nadou, fez pra lá, fez pra cá, ficou um bocadinho com a gente, sabe, aí foi ótimo assim. Eu assim, **pensei até que ele não ia nem querer, conseguir ficar e nem entrar na piscina de onda, porque quando ele viu assim que tinha muita gente**. Eu disse *ó filho, mas essa piscina aqui é ótima você vai adorar, se você não gostar a gente volta pro hotel, mamãe volta com você, tá certo?* Ele foi ficou lá, aí quando deu acho que já era umas 2 e pouca da tarde, a gente já foi umas 10 horas da manhã porque tinha o café da manhã, essas coisas. Aí

ele fez ‘mamãe eu quero voltar, eu não aguento mais ficar não’. *Então pronto, eu vou levar você de volta.* Aí levei ele pro hotel e de lá mesmo a gente voltou andando porque a gente ficou num hotel bem dentro do parque. Aí pronto, ele ficou tranquilo, sabe? Aí não reclamou, só ele queria assim, ter um ar-condicionado e ter internet. Aí ele fica tranquilo nos jogos dele lá jogando, sabe? (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

É importante mencionar que antes da viagem a mãe já imaginava que o filho não ia conseguir ficar muito tempo no parque, especialmente devido à quantidade de pessoas, mesmo assim a mãe expressa que “ele participou” do momento de lazer juntamente a ela e as outras pessoas que participaram da viagem. E que depois, como ela já havia imaginado, ela levou o filho de volta para o hotel.

Nos relatos das mães, fica explícito que as associações constantes praticadas pela consciência do sujeito e que não se referem exclusivamente ao que é vivenciado podem ser entendidas como um pré-consumo (CARÛ; COVA, 2007), conforme já foi exposto anteriormente, que abrange a busca, os sonhos, a preparação e a imaginação da experiência antes da sua ocorrência. A experiência de consumo não se limita ao ato de consumir ou vivenciar o consumo, mas inicia com a idealização, de acordo com a pré-construção do imaginário (CARÛ; COVA, 2007), de forma que a consciência do sujeito já associa os componentes que formam a sua expectativa, mesmo sendo incapaz de prever o real significado que a experiência terá quando vivida (MERLEAU-PONTY, 1999).

Desse modo, apesar de as experiências turísticas geralmente serem associadas com expectativas boas, como as que foram mencionadas pelas mães: felicidade, tranquilidade, socialização, aprendizagem, diversão, descanso e sonho, as mães também revelaram expectativas ruins: preocupação, ansiedade, receio, medo, tensão e desgaste, além de muitas incertezas. Assim, as expectativas dessas famílias com pessoas atípicas tendem a serem ruins e incertas especialmente por não saberem como o filho irá se comportar fora da sua rotina. Ainda, a maioria das mães já imaginam as situações que podem ocorrer durante a viagem e preparam-se para amenizá-las, mas não deixam de viajar devido a situações desagradáveis que possam ocorrer. Nesse sentido, a pesquisadora questionou as mães sobre as preparações que elas realizam visando melhorar suas experiências turísticas.

#### ***4.2.3 Preparação e conversa antes da viagem***

Segundo Tung e Ritchie (2011), a primeira etapa da experiência turística envolve o planejamento e a preparação sobre os eventos relacionados a atividades turísticas que irão

vivenciar. Desse modo, com o objetivo de entender como ocorre a preparação das famílias, a pesquisadora questionou se há alguma conversa com os filhos antes da realização da viagem. A maioria das mães revelaram que conversam com seus filhos antes da viagem como uma forma de os prepararem, mesmo que a informação não fique gravada, até mesmo por orientação de profissionais da saúde que acompanham o filho como psicólogo e terapeuta ocupacional:

Por orientação das psicólogas, né [conversa com o filho antes da viagem], da TO [Terapeuta Ocupacional], [...] Eu sempre tô explicando, né? Tô tentando antes de ir tô tentando falar pra ele *olha, a gente vai pra tal lugar, você vai gostar, você vai se divertir, a gente vai demorar um pouquinho a chegar lá, mas a gente vai chegar!* Aí no caminho fico *olha a gente já tá chegando, vamos pra praia, mar, água!* Porque ele gosta muito de água, né? *Vai tomar banho de piscina (nome do filho), vai ser muito legal!* Aí, **eu sempre fico trazendo pra ele o que a gente vai fazer, né?** (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

Sim, sim, sempre, **sempre tem** [conversa com a filha antes da viagem], **mesmo que ela não vá gravar a informação é sempre bom porque você resgata.** *Lembra que eu te falei que a gente ia fazer isso e isso? Pois tá aqui, a gente tá fazendo,* entendeu? Aí é isso [...] falei pra ela *filha a gente vai viajar, vai passar o final de semana fora, você quer ir?* Ela ‘quero, quero!’. Aí eu disse *olha, mas a gente vai passar muitas horas dentro do ônibus, muitas horas, vai ficar um pouquinho chato, você não vai poder correr.* Ela ‘não, mamãe, tudo bem, eu assisto no teu celular’. *Tá certo!* (risos) (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Tem que ter [conversa com o filho antes da viagem], igual quando a gente levou ele no shopping, eu também falei *ó, tem muita gente, tem muito barulho, tem muita luz, não pode correr,* eu falo pra ele *não pode correr, não pode soltar a mão da mamãe e se você não gostar, você diz mamãe eu quero ir pra casa, a gente vai.* Aí **qualquer lugar que a gente leva ele, que ele não gosta, que ele fala eu quero ir para casa a gente na mesma hora, a gente respeita e vem pra casa, tira daquele ambiente.** Aí eu acho que isso já foi ganhando a confiança dele com a gente, porque a gente tá respeitando é a vontade dele, tirando ele daquele local que ele não quer [...] Nessa última vez que nós fomos pra Fortaleza, ele queria ir no *McDonald's* e você sabe como é as filas do *McDonald's*, né? (risos). Aí eu disse pra ele ficar quieto, apesar da **gente ter ido um pouco mais cedo, né, até por conta do movimento.** Eu disse, né, *pois você vai esperar aqui com a vovó que eu vou comprar o lanche,* ele ficou lá sentado esperando, um lorde (risos) (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

**A gente conversa, mas em relação a dormidas, né?** A questão de dormir em locais diferentes porque isso é todo do cotidiano dela, mas nessa parte aí de falou em sair, Ave Maria, ela ama sair, pra ela não tem essas complicações (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

**É sempre eu ia dizendo o que tava fazendo pra ele saber as movimentações, né?** Eu sempre fui dizendo assim *olha (nome do filho) vamos tomar banho, vamos comer,* apesar de ele ir, o que você levar e botar ele pra fazer ele fazia, né? Mas aí eu sempre fui dizendo, então eu disse *vamos ajeitar as coisas que a gente vai pra praia, vamos brincar lá no jacaré* que eu até mandei a foto dele sentado no jacaré, *a gente vai ver o jacaré, vamos brincar com a (nome da prima), vamos subir as escadas, vamos cuidar que a gente vai pra praia!* Aí eu vou ajeitando as coisas, ele bota as coisas na mala, ele sempre participa de tudo, eu peço pra ele ajeitar as coisas, ele chega tira a sandália bota a sandália no canto certo, mando ele botar a roupa lá no cesto. **Eu estou sempre deixando ele participando de tudo pra que ele entenda que ele faz parte**

**da casa, né?** Não é só pra servir, então eu vou sempre botando ele pra ir fazendo as coisas (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Isso é uma coisa que até no nosso dia a dia a gente, por exemplo, resolve passear no shopping. **Eu tenho que falar pra ele o nosso itinerário**, vamos fazer isso, depois disso, depois aquilo **porque melhora um pouco** isso, entendeu? **Ele fica mais seguro, posso também não falar, mas ele vai ficar impaciente, vai ficar irritado.** Então é melhor quando eu sei direitinho o que a gente vai fazer que é pra ele ir mais tranquilo, entendeu? E aí lá a gente tentou fazer isso, mas não dava porque **viagem é uma quebra de rotina total**, mesmo dentro de um passeio. Se eu for bem aqui no Iguatemi eu sei mais ou menos o que é que a gente faz, mas num shopping que a gente nunca viu na vida, como é que eu posso dizer pra ele, né? (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

**Sim** [conversa com o filho antes da viagem], **pra dizer como é que vai ser, quantos dias a gente vai ficar**, sabe, **pra poder ele assim levar as coisas dele, né? Quando eu fui pra Fortaleza eu fui com uma malinha cheia de coisa dele, porque ele leva jogo.** [...] Ele se infantilizava muito quando ele tava com alguma coisa aperreada, sabe? Às vezes chorava até feito um bebê. Eu digo (*nome do filho*), (*nome do filho*) *você já é um rapazinho!* [...], mas agora, hoje em dia ele já está controlando mais os sentimentos dele, se controlando mais com as coisas, **a gente conversa com ele tudo, sabe**, pra poder se manter. Então assim, nessa viagem de Fortaleza que ele foi, ele foi ficou bem, quando ele não ficou bem no parque eu tinha dito *quando você não tiver bem é só você me dizer, que a mamãe leva você pro hotel de volta, eu fico lá um pouquinho com você*, eu fiquei um pouco com ele e (*nome da amiga*) minha amiga, ficou tomando conta de (*nome do filho mais novo*) com os outros dois filhos dela e o esposo. Eu fiquei um pouquinho com ele, depois de 1 hora eu voltei, aí foi que eu tinha pedido o almoço, disse não (*nome do filho*) pedi o almoço, vai chegar, você almoça, tome banho, troque sua roupa, se organize (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Outras duas mães (3 e 11) revelam que optam por conversar bem próximo da data da viagem:

[...] **eu só falo mesmo se eu já tiver com tudo organizado.** Tipo, às vezes eu aviso que a gente vai pra Londres um dia antes ou que a gente vai fazer tal coisa um dia antes, né? Pra não causar ansiedade nele, pra não deixar ele estressado, sabe? **Porque às vezes ele não entende que é daqui uns dias, ele acha que esses dias é amanhã** (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Então, **o que a gente tenta fazer, a gente tenta é deixar tudo pra última hora. Porque se a gente planeja com muita antecedência, meu Deus, é assim, ele não dorme bem, ele fica ansioso e aí é muito desgastante, porque aí aqui em casa ele não para um minuto de falar, ele fica muito ansioso e faltam tantos dias.** No final do ano pra a gente já é difícil, porque é aniversário dele e natal. Então ele já fica, faltam 30 dias pro meu aniversário e 48 para o natal, faltam... Então ele fica esperando a data. Ou então a gente não diz nada mesmo, como essa viagem internacional, a gente fala que vai depender de quando a documentação sair, que vai demorar muito, que quando a gente souber a data a gente vai falar e muito possivelmente a gente não vai falar. Quando a gente comprar as passagens a gente não vai falar, porque agora a gente tá tirando o visto. Aí a gente não vai falar a data, a gente vai falar a data um pouquinho antes, quando tiver faltando uns 15 dias a gente fala ‘daqui a duas semanas chega a nossa viagem’, porque aí tá mais próximo, né? (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Os relatos dessas mães apresentam a ansiedade dos filhos como o principal motivo para falar sobre a viagem somente próximo do dia. Apenas a Mãe 8 relatou que não há a necessidade de conversar com o filho antes da viagem:

Não, Mônica [conversa com o filho antes da viagem], ele é muito tranquilo, assim, botou o (nome do filho) no carro ele tá indo. [...] **não precisa de uma conversa** não (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Algumas mães também relataram estratégias que utilizam para as viagens, de acordo com Cohen (1974), uma das características do turismo é conotar uma mudança de rotina, algo diferente, inusitado, uma experiência não comumente presente na vida diária do viajante. Portanto, a preparação é um modo de amenizar a quebra da rotina, visto que é algo que pode ser complexo para uma pessoa autista.

O relato da Mãe 9 mostra que apesar de estarem viajando há uma preparação para que a viagem não altere muito a rotina do filho:

[...] **o travesseiro eu levo pra gente dormir com o travesseiro, eu sempre levo os brinquedos que ele tá naquele momento.** Se ele tá todo dia dormindo com um *mickey*, aí eu levo um *mickey* **pra que não vá mudar a rotina dele de forma tão gritante, né?** Ele vai conhecer lugares novos, mas **vou sempre mantendo uma rotina**, a gente acorda, come, de noite mesmo quando a gente foi pra Guarimiranga, de noite ele toma banho e vai deitar. Então, mesmo Guarimiranga eu tive que dar banho nele. Só joguei água assim bem rápido, meu marido jogou água, pronto, tomou banho, aí enrolei na toalha e tirei, porque ele queria tomar banho, porque toda noite antes de dormir ele toma banho. Então mesmo ele não conseguindo entender que Guarimiranga tava frio, não precisava de ele tomar banho, né? Mas mesmo assim, meu marido foi só rebolou água nele, pronto, eu já tirei porque tinha que ser bem rápido por causa do frio. Aí a gente mantendo a rotina ele não sente assim tanta diferença (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Já a Mãe 7 diz que faz uma lista com todas as coisas que irá precisar durante a viagem:

[...] **Antes eu faço uma listinha com o que eu vou precisar e vou anotando o que eu já guardei**, assim, a gente sempre esquece alguma coisa, né? (risos) (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

As mães 12, 3 e 11 apontam algumas distrações que utilizam durante a viagem, especialmente durante o trajeto:

**Ele leva as coisas dele, levamos computador**, eu sei que foi uma maleta só com coisa. Eu digo *vou levar tudo o que puder pra não ter nenhum problema de ele ficar sem ter o que fazer*, porque quando ele fica sem ter o que fazer ele fica impaciente. Então, sempre tem alguma coisa que ele gosta, pra tá mexendo, tá fazendo, sabe, aí, pronto. Aí **a gente sempre se organiza pra levar as coisas dele, não esquecer, porque senão ele não consegue ficar bem.** [...] **se a gente for viajar de carro ele também tem que ir com o fone de ouvido e com os jogos dele, não pode ir sem e**

**tem que ter internet.** Aí (nome do marido) sempre empresta a internet do celular dele se ele tiver sem, ou empresta o meu pra poder ele ir mais tranquilo, né? Quando era menor ele choramingava mais, ficava mais aperreado, **às vezes a gente tinha que parar em algum lugar**, fazer um lanche, alguma coisa pra ele se acalmar um pouco, se organizar de novo pra poder ir, né? (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Agora com essa idade, ele começou a entender melhor de um ano pra cá, a gente vai pra Londres que é mais ou menos 2 horas de trem, ou seria 5 horas de carro. Então toda vez que a gente vai pra Londres eu já falo: *a gente vai na casa dos primos. Eu preparo uma bolsa com slime, play, dou algum brinquedinho novo pra ele ir no caminho todo fazendo alguma atividade.* E toda vez que a gente chega em Londres, ele quer que a minha irmã e meu sobrinho busca ele. Então assim, ele, se não tiver minha irmã, meu sobrinho ali, ele já dá uma crise. Ele chora o caminho todo do trem até chegar na casa da minha irmã. Então agora ela vai buscar ele toda vez, sabe? Então tem que ter essas pequenas preparações. Eu já falo que a gente vai, que a tia e o primo vai buscar, que a gente vai tomar um sorvete quando a gente chegar em tal estação, **eu vou animando ele**, sabe? Então ele se comporta, tá se comportando super bem, fica 2 horas sentadinho (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Ah, tudo. A gente vai muito pro sítio da minha mãe, são 2 horas de viagem, então **a gente conta igreja, a gente conta quantas flores a gente vai encontrar de cada cor**, a gente diz ‘ah, quem encontrar uma flor azul vai ganhar 10 pontos, quem encontrar a flor amarela vai contar tantos pontos’. Aí fica um tempo naquela ‘achei a flor, achei a flor, ou então, fusca, achei fusca, achei fusca’. Então **a gente fica naquela pra tentar distrair**, né? (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Outro aspecto identificado nessa etapa de preparação foi a busca por locais que estavam preparados para receber pessoas autistas como evidenciado a seguir:

Antes de viajar, eu também **pesquisei bastante locais assim que aceitavam carteirinha de autista**, que aceitavam, **que tinha uma sala sensorial, que era mais silencioso, que tinha entrada gratuita, que tinha também a fila preferencial.** A gente sabe que é lei, né, mas não é todo lugar que faz. Aí eu sempre dava uma pesquisada antes como funcionava o local pra pessoa com deficiência. Aí foi super tranquila a viagem, eu acho que lá por ser um local turístico, lá a cidade eles estão bem preparados pra receber a diversidade (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Já a Mãe 10 que recebeu o diagnóstico recentemente, pouco antes da viagem, relata que não se preparou bem para a viagem e que está se informando sobre o TEA:

Eu acho que a gente não se preparou bem, sabe? Eu acho que assim, se a gente for fazer uma nova viagem a gente vai com outra cabeça. **A gente não tava preparado pra essa chuva de frustração dele, dessa irritabilidade, que ele ficou assim a maior parte do tempo. E nós recebemos o diagnóstico dele há pouco tempo, então a gente ainda tá aprendendo a lidar**, entendeu? Foi difícil nesse sentido [...] A gente percebeu que ele ficou irritado a maior parte do tempo porque as coisas saíram da rotina dele, ele não conseguia ter essa previsibilidade, apesar de por um lado gostar muito de tá ali de tá viajando. Ele não conseguiu se regular, né, emocionalmente, por causa disso e aí vêm as questões também da ansiedade, ficava querendo urinar o tempo inteiro. Enfim, a gente não tava muito preparado, de uma próxima vez eu, Ave Maria, **de novembro pra cá, eu já me informei muito mais** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

A Mãe 2 mencionou que apesar da seletividade alimentar da filha não ser severa, escolheu ficar em um hotel que tinha uma grande variedade de alimentos:

A minha filha ela tem pouca seletividade alimentar, então quando a gente ficou no hotel foi super tranquilo porque havia várias opções, né? [...] E aí com relação a isso não foi problema pra gente porque além da seletividade alimentar dela não ser tão severa, ela tem, mas não é severa. **É a gente foi pra um hotel que tinha uma variedade muito grande de alimentos**, então isso não foi problema no nosso caso, né? (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

A Mãe 1 relatou que como o filho tem dificuldade de socialização, sendo difícil dividir áreas comuns, optou por um lugar reservado, como um hotel fazenda e também levou a alimentação para preparar no local:

Lá era como se fosse um hotel fazenda, a gente alugava a casa e tinha acesso a todo o campo, né, lá nas montanhas e tudo. Então por isso que a gente já havia escolhido primeiro esse lugar. Então lá a gente tinha acesso a tudo, **nós que levamos a nossa alimentação, a gente que fazia, que preparava**. Foi muito tranquilo nessa questão, porque a gente não teve nessa experiência, a gente não teve problemas com isso, com relação à **adaptação** dele no local porque **a gente ficou à vontade**, era praticamente só a gente, mas em outros locais **quando a gente divide áreas comuns assim aí é um pouco mais difícil** (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Além desses fatores, algumas mães utilizam a carteira de identificação do TEA, ou os colares (de quebra-cabeça ou de girassol), ou até mesmo o símbolo do autismo (quebra-cabeça) na identidade do filho como uma estratégia para facilitar a viagem:

Aqui na Inglaterra **o colar do girassol** foi feito aqui, foi no aeroporto de *Gatwick*. Então assim, as pessoas já têm muita noção desse colar do girassol. Claro que não, eles não vão saber que é o autismo, né, quando o meu filho tá usando. Mas quer dizer que a criança já tá com o colar, por exemplo, quando eu vou entrar no ônibus, eu já coloco o colar e o motorista nem para a gente, porque às vezes ele tem que pagar o passe, ele acaba nem pagando. Então **facilita bastante**. E não é só o colar, eu tenho uma **carteirinha que identifica**, que eu mostro **que ele é uma criança autista. Peço desconto em alguns lugares, né? Até pra viajar já levei também, levo o colar e a carteirinha de identificação dele** (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Assim, a Mãe 3 do relato acima explica que como o colar do girassol foi criado no país onde a família reside, as pessoas já tem noção do que significa. Ressalta-se que esse colar do girassol identifica deficiências não visíveis, que abrange não somente o TEA. Além disso, a mãe utiliza a carteira de identificação do autismo do filho, até mesmo para conseguir desconto em alguns lugares.

Já a mãe 8, que reside no Brasil, relata que a questão do transporte é sempre um

problema, inclusive relata o episódio da compra da passagem aérea. A mãe expressa que é um processo muito burocrático comprar a passagem conforme determinado pela Resolução nº 280, de 11 de julho de 2013, da ANAC, que estabelece que passageiros autistas têm direito a viajar com um acompanhante, que deverá pagar valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do valor do bilhete aéreo adquirido pela pessoa com deficiência. Ainda, a mãe conta que o filho utiliza o colar do autismo, mas que mesmo assim, fez questão de colocar na identidade do filho o símbolo do autismo, em virtude das dificuldades no transporte:

**Eu ia comprar a passagem dele com o diagnóstico de autismo, só que foi a maior dificuldade que eu tive foi essa, foi a compra das passagens, porque as companhias aéreas ainda colocam muito empecilho.** O autista ele tem direito a passagem e o acompanhante tem 80% de desconto. Existe uma lei, porque o autista às vezes não consegue viajar só de avião, mas aí é tanta **burocracia** e termina que eles só liberam a passagem pra compra um mês antes e aí fica mais caro do que você comprar antecipado. Aí eu preferi não, ainda dei entrada na burocracia, mas desisti. Comprei a passagem, ia sair pelo mesmo valor, sabe, comprando um mês antes e comprando antecipado [...] **essa questão de transporte é sempre um problema**, tanto rodoviária como aeroporto você tem que tá assim munido de todos os documentos e saber falar e saber se colocar porque eles vão colocar empecilho. **É eu tenho na identidade de (nome do filho) o símbolo do autismo, eu fiz questão de colocar na identidade porque muitas vezes você tá com o colar, mas eles vão solicitar laudo, identidade, certidão de nascimento aí eu prefiro colocar na identidade**, consegui aqui no Governo do Estado o símbolo do autismo e aí ninguém questiona, né, que é um documento (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Ademais, a Mãe 11 conta que foi fazer a carteira de autista do filho no dia da realização da entrevista, a mãe acredita que será de ajuda para a viagem internacional que a família irá realizar, visto que nesse tipo de viagem as esperas são maiores. Além disso, a carteirinha de identificação servirá para evitar constrangimentos e o olhar de julgamento das pessoas em virtude das estereotípias que o seu filho apresenta:

[...] hoje que eu fui fazer a carteirinha do autista dele, a gente foi lá no CIPTEA [Carteira de Identificação da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista], aqui é o CIPTEA que faz, pra fazer a carteirinha do autismo, de identificação, né? E a gente pensa em comprar a correntinha pra quando for essa viagem, porque as esperas vão ser muito maiores, né? Tipo são 10 horas de voo, muitas horas nas filas de embarque. Então **a gente pensa em levar o colar pra tentar amenizar essa espera, o olhar das pessoas que as pessoas olham um pouco assim de julgamento quando ele tá esfregando as mãos ou correndo** [estereotípias]. A gente já teve um episódio de um segurança levar um susto porque ele começou a correr, ele dá uns picos de corrida, e achar que ele tinha pego alguma coisa e aí eu estava do lado e eu falei *não, ele é autista!* Aí ele falou 'ah, desculpa é porque a gente levou um susto porque ele correu de repente'. A gente acha que o colar vai evitar alguns **constrangimentos** até porque a gente não fala a língua, então vai ser uma comunicação direta, eu acho (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Segundo Hamed (2013), comportamentos repetitivos ou *stims* (estereotípias) podem aumentar durante a viagem devido à mudança de rotina, visto que o autista pode ficar sobrecarregado ou confuso em novos lugares. Observou-se no relato da Mãe 11 a preocupação tanto da espera que é um fator estressor para o filho e o desregula, quanto os olhares das pessoas. Inclusive a mãe fala de um episódio em que um segurança se assustou com o comportamento do filho. Assim, pode-se afirmar que muitas pessoas precisam compreender o TEA para que não haja esse tipo de olhares e julgamentos. Nesse sentido, é importante mencionar a pesquisa de Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017), na qual os autores indicam que uma das maiores dificuldades que as famílias de pessoas diagnosticadas com TEA encontram ao viajarem nas férias é o preconceito.

Desse modo, notou-se que a maioria das mães conversam com seus filhos a fim de prepará-los. Entretanto, é importante mencionar que cada mãe realiza o que acredita ser melhor para o seu filho, até mesmo quanto a se deve acontecer a conversa. Outro aspecto a ser considerado são os objetos pessoais que os filhos usam no seu cotidiano e que são levados para as viagens como forma de amenizar a quebra da rotina, além dos estímulos como brinquedos e jogos durante o trajeto ao destino. Também, a busca por informações sobre os locais e ambientes que estão ou não preparados para receber pessoas autistas, além da escolha de hotel com uma maior variedade de alimentos. Ainda, a utilização da carteira de identificação do TEA, ou dos colares (de quebra-cabeça ou de girassol), ou até mesmo do símbolo do autismo (quebra-cabeça) na identidade do filho como uma estratégia para facilitar a viagem. Portanto, é notório o esforço dessas famílias desde o pré-consumo para que todos os integrantes tenham a melhor experiência de viagem.

#### ***4.2.4 Emoções e sentimentos***

A experiência vivida pelo ser humano é construída através das emoções (PRITCHARD; MORGAN; ATELJEVIC, 2011). Segundo Medeiros, Gosling e Vera (2015), as experiências turísticas estão, em sua maioria, associadas a momentos de descontração e contemplação, por isso quase sempre estão relacionadas com emoções positivas. No entanto, é possível que situações desagradáveis ocorram durante a viagem, gerando, assim, emoções e sentimentos negativos. Nos relatos das participantes desta pesquisa, ficou evidente o misto de emoções e sentimentos positivos e negativos durante as suas experiências turísticas:

A maior emoção foi a **felicidade** e a **gratidão**. De agradecer muito a Deus por ter conseguido, por ter sido prazeroso, tanto pra mim como pra ele, a gente brincou muito! Então tipo, eu voltei a ser criança junto com ele. [...] Fiquei muito **feliz, surpresa, muito surpresa** com o comportamento dele lá e também muito grata por ter dado tudo certo, ter saído assim, saiu melhor do que eu que eu imaginei (risos) (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

É, primeiro eu fico **muito apreensiva**. Eu **não relaxo nunca**, principalmente se a gente for sair pra algum lugar que seja mais movimentado, a gente vai, por exemplo, andar no calçadão, né? [...] Então eu sempre ficava muito **apreensiva**, porque é muito barulho, é muita gente, né? E aí, até mesmo no parquinho lá também, muito lotado, então sempre me dá aquela sensação de que eu posso perder ela de vista e como ela não sabe comunicar ainda informações pessoais com precisão, sobre onde ela mora, meu telefone, ela não sabe. É, eu fico **muito apreensiva**, eu via de regra, eu fico **apreensiva**, mas ela sempre tá disposta a se aventurar, a conhecer o novo. Ela viu ali umas plantas, ela quer ir lá para dentro das plantas, ela quer, passou um gato, ela quer ir, passou um cavalo, ela quer ver, então aí ela se diverte, aí **quando eu vejo ela se divertindo aí eu me divirto também**, mas via de regra eu fico **apreensiva** e a **minha apreensão vem muito de eu saber que a sociedade é capacitista**. A **minha apreensão**, geralmente quando eu faço passeios com ela perto ou longe, mas que a gente tá em busca de explorar, quando a gente sai de casa pra explorar alguma coisa, é falando em lazer, eu geralmente saio **muito apreensiva**. A **minha, a minha emoção maior é essa a apreensão, o nervosismo, eu não relaxo**. Ela consegue relaxar, porque eu faço de tudo pra que o ambiente seja favorecedor. É como se eu sozinha tentasse adaptar à realidade para ela, entendeu? (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Ah, **depende do momento**, né? Se tá tudo bem, se ele tá bonzinho. Então, eu só sinto assim, **felicidade** por estar podendo, né, passear com ele. Nos momentos ali de **estresse**, eu penso: Nossa! O que que eu fui fazer na minha vida? Porque que eu vim? Mas assim são coisas de segundos, sabe? Depois, logo a gente chega no hotel, ele pula na cama, a gente vai comer, a gente passeia, eu tiro muitas fotos dele, então tipo assim, eu esqueço os perrengues, né? Ali, **acho que o estresse maior é aeroporto, ficar na fila, ficar colocando o cinto de segurança no avião**, mas o resto é tipo, tem como aproveitar uns 70% ali, tem como aproveitar bastante (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Eu tenho essa coisa realmente de ficar **ansiosa**, né? Como é que vai ser? Ela vai se alterar muito? [...] Mas assim, por exemplo, quando a gente se deparou com a Torre *Eiffel*, aí eu fico **muito feliz** de ela estar ali podendo ver aquilo. Ah, vendo a Monalisa, ela viu múmia lá no *Louvre*, né? Brincou com os primos também que a gente não via há mais de um ano, até te mandei uma foto dela com a priminha tomando sorvete, então também teve essa questão de brincar com os primos, estar com os tios também que ela não via há muito tempo, são os padrinhos dela. Então eu fico **muito feliz**, tive momentos de **estresse**, por exemplo, lá além do fuso horário, lá tava escurecendo depois de 9h30 da noite então a gente deitava na cama era difícil dormir porque 9h30 parecia que eram 5 horas da tarde, né? Então a gente acordava meio cedo pra passear e ela tava mal humorada de sono. [...] Então assim, eu **me sinto vitoriosa**, entre mortos e feridos, né? (risos) É eu fico **feliz** de ter tido a coragem de ir e eu **acho que a cada experiência dessa vai melhorando a terapia dela, vai melhorando o aprendizado dela, né? É mais uma coisa que adiciona assim** (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

(riso com choro) Lá vai eu chorar. É uma **vitória**, porque não é fácil (choro)... É uma **vitória**, porque assim, cada caso é um caso, né, e a gente vê, é, depoimentos de outras mães que não é fácil. Não é fácil, mas graças a Deus, com ele está sendo, assim, apesar do trabalho assim, mas é bem tranquilo em relação aos outros casos, né? Tem que

melhorar muito, tem que melhorar muita coisa ainda [palavras ditas em meio ao choro] (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

Ah, **alegria**, né, de ver ela se divertindo, né? Muito **satisfeita** com a alegria dela (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

Às vezes fico **estressada** (risos) porque ele fica estressado, eu acabo me estressando porque ele fica estressado, porque eu não gosto de ver ele estressado, né? Ele fica irritado, entra em crise, mas eu fico **feliz** quando eu vejo que ele tá aproveitando, que tá conseguindo entender, né, alguma coisa e fico cansada (risos) (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

A gente fica **feliz**, né? Seria bom, é porque ali é um recorte, né, viagem é um recorte da nossa vida, seria bom se a realidade fosse dessa forma (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Eu acho que acaba sendo uma ligação, né? **Se ele tá bem, eu tô bem**, tá tudo bem, ótimo! Aí quando ele não tá é que vem a **frustração** de que aí meu Deus, o que foi que aconteceu? Por que ele não dormiu direito essa noite? Então é mais, é realmente ligado a ele (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Mulher, às vezes um pouco de **impotência**, sabe? De ver ele daquele jeito sem saber como ajudar, **frustração** também, mas com certeza **muita felicidade, muita alegria, muita gratidão**. Tudo na vida tem o lado bom e o lado ruim (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

No top lá a gente fica **muito feliz**. É eu fico **muito feliz** por ver a felicidade deles. Eu **fico muito feliz** por estar lá, por poder proporcionar e quando é no momento de crise lá eu me sinto **impotente, incapaz, insuficiente**. Como se eu não tivesse conseguindo dar conta, sabe? Assim como uma sensação tipo: Nossa! Eu **fracassei** na tentativa de fazer eles felizes, entendeu? É isso que eu sinto ali, por mais que depois meu marido fica ‘pronto, foi só aquele momento, já passou, agora ele tá curtindo, agora a gente já tá aqui’, aí vai vindo de novo sabe um **alívio**, vai vindo depois a **felicidade** de novo, mas **no momento da crise ali dá uma baita de uma frustração** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

**A felicidade dele de tá no avião, pra mim foi ótimo, né?** E lá no hotel, também no quarto de hotel, a gente ficou junto, porque ele deitou lá, teve dias que ele dormiu comigo na cama de casal e (nome do filho mais novo) dormiu no sofá cama e (nome do filho mais novo) ia pra lá também ficava com a gente. Então assim, foi um **momento de envolvimento**, de estar junto os 3, né, de conversar, de contar piada, essas coisas de ficar com ele junto, pra mim foi ótimo, né? E depois a gente foi no outro dia já pra ir embora, minha irmã tinha ido a Fortaleza e tinha pegado o contato de um motorista de táxi, aí ela me passou. Aí ele levou a gente pra fazer um *tour* na cidade pra conhecer, foi ver o shopping, foi no Riomar no shopping lá, a gente passeou. [...] Aí pronto, então assim **ele tava feliz, muito feliz, com certeza ele tava feliz, porque ir de avião pra ele foi assim uma maravilha pra ele, então só dele ter ido de avião**, ele já tava tranquilo de ir, né, feliz, ele não reclamou em nenhum momento, foi tranquilo. Quando chegou na hora de ir embora, ele me ajudava a pegar as malas, a botar no carrinho, sabe? Organizou as coisas pra mim, me ajudou, senti que ele já tava um rapaz mesmo, né, se preparando pro futuro fazer as coisas sozinho, né? (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, pôde-se constatar nas colocações das mães como as experiências turísticas são viagens de emoções e sentimentos positivos e negativos. Tal fato vai ao encontro da

pesquisa de Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017) que apontam que as experiências turísticas são viagens de emoções misturadas, multifacetadas e complexas. O Quadro 10 expõe essa mistura de emoções e sentimentos:

Quadro 10 - Emoções e sentimentos positivos e negativos de mães de filhos atípicos

Código	Emoções e Sentimentos Positivos	Emoções e Sentimentos Negativos
Mãe 1	“A maior emoção foi a <b>felicidade</b> e a <b>gratidão</b> . [...] Fiquei muito <b>feliz, surpresa, muito surpresa</b> com o comportamento dele lá e também muito <b>grata</b> por ter dado tudo certo”.	
Mãe 2		[...] A minha, a <b>minha emoção maior é essa apreensão, o nervosismo, eu não relaxo</b> ”.
Mãe 3	“Se tá tudo bem, se ele tá bonzinho. Então, eu só sinto assim, <b>felicidade</b> por estar podendo, né, passear com ele”.	“[...] Nos momentos ali de <b>estresse</b> , eu penso: Nossa! O que que eu fui fazer na minha vida? Porque que eu vim?”
Mãe 4	“[...] quando a gente se deparou com a Torre <i>Eiffel</i> , aí eu fico <b>muito feliz</b> de ela estar ali podendo ver aquilo. [...] Então, assim, eu <b>me sinto vitoriosa</b> , entre mortos e feridos, né? (risos) É eu fico <b>feliz</b> de ter tido a coragem de ir”.	“Eu tenho essa coisa realmente de ficar <b>ansiosa</b> , né? Como é que vai ser? Ela vai se alterar muito? [...] tive momentos de <b>estresse</b> ”.
Mãe 5	“É uma <b>vitória</b> , porque não é fácil”.	
Mãe 6	“Ah, <b>alegria</b> , né, de ver ela se divertindo, né? Muito <b>satisfeita</b> com a alegria dela”.	
Mãe 7	“[...] mas eu fico <b>feliz</b> quando eu vejo que ele tá aproveitando, que tá conseguindo entender, né, alguma coisa e fico cansada”.	“Às vezes fico <b>estressada</b> (risos) porque ele fica estressado, eu acabo me estressando porque ele fica estressado, porque eu não gosto de ver ele estressado, né? Ele fica irritado, entra em crise”.
Mãe 8	“A gente fica <b>feliz</b> , né? Seria bom, porque ali é um recorte, né, viagem é um recorte da nossa vida, seria bom se a realidade fosse dessa forma”.	
Mãe 9	“ <b>Se ele tá bem, eu tô bem</b> , tá tudo bem, ótimo”.	“Aí quando ele não tá é que vem a <b>frustração</b> de que ai meu Deus, o que foi que aconteceu?”
Mãe 10	“[...] mas com certeza <b>muita felicidade, muita alegria, muita gratidão</b> ”.	“[...] às vezes um pouco de <b>impotência</b> , sabe? De ver ele daquele jeito, sem saber como ajudar, <b>frustração</b> também”.
Mãe 11	“No top lá a gente fica <b>muito feliz</b> . É eu fico <b>muito feliz</b> por ver a felicidade deles. Eu <b>fico muito feliz</b> por estar lá, por poder proporcionar. [...] por mais que depois meu marido fica ‘pronto, foi só aquele momento, já passou, agora ele tá curtindo, agora a gente já tá aqui’, aí vai vindo de novo sabe um <b>alívio</b> , vai vindo depois a <b>felicidade</b> de novo”.	“[...] E quando é no momento de crise lá eu me sinto <b>impotente, incapaz, insuficiente</b> . Como se eu não tivesse conseguindo dar conta, sabe? Assim como uma sensação tipo: Nossa! Eu <b>fracassei</b> na tentativa de fazer eles felizes, entendeu? [...] mas no momento da crise ali dá uma baita de uma <b>frustração</b> ”.
Mãe 12	“A <b>felicidade</b> dele de tá no avião, pra mim foi <b>ótimo</b> , né?”.	

Fonte: Elaborado pela autora

As experiências turísticas ocorrem fora da vida cotidiana e variam de experiências positivas emocionantes a experiências negativas desagradáveis (WALLS *et al.*, 2011). Nesse sentido, a maioria das mães relataram emoções e sentimentos positivos, entretanto, como

apresentado no Quadro 10 metade das mães (3,4,7,9,10 e 11) relataram emoções e sentimentos tanto positivos, quanto negativos que sentem durante as suas experiências turísticas. Esse é um ponto importante a ser considerado, visto que geralmente as pesquisas sobre experiências turísticas focam mais nas emoções positivas e memoráveis das viagens. Ademais, Scussel, Fogaça e Demo (2021) apontam que apesar da literatura apresentar uma visão romantizada da experiência de consumo e tender a concebê-la como algo sempre positivo, a experiência de consumo pode provocar emoções e sentimentos negativos. Portanto, é possível perceber a singularidade no contexto do autismo, no qual mesmo as famílias enfrentando adversidades como frustração, estresse, apreensão e impotência não deixam de viajar frente a esses desafios.

#### *4.2.5 Percepções*

Para que a percepção seja efetiva, é necessário que o sujeito reencontre os fatos em sua subjetividade (MERLEAU-PONTY, 1999). A experiência só será percebida quando o sujeito resgatar os elementos que a constitui em sua consciência, mesmo que fragmentada em vários momentos vividos (SOUZA JÚNIOR, 2013). No turismo, a percepção abrange como os turistas percebem os outros, como os turistas percebem a si mesmos e como os turistas percebem como são percebidos pelos outros. Essas percepções interagem com a experiência para desenvolver as interpretações de eventos, atividades e objetos, tornando a percepção um elemento vital da experiência turística (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). Nesse contexto, as mães expressaram diferentes percepções a partir do que vivenciaram.

A Mãe 2 percebe sua experiência turística com a filha como libertadora. De imediato a mãe lembra do sentimento de liberdade que sentiu por ter realizado a viagem com sua filha, apesar do medo da viagem desordená-la, pois a filha segue uma rotina e é metódica:

Foi **libertador** porque desde ela mais jovem, menorzinha, bebê, eu tinha vontade de fazer alguma viagem com ela. Só que quando eu comecei a perceber que ela tinha uns certos incômodos e pouco antes do laudo acontecer, veio a pandemia e tal, não sei o quê e depois veio o laudo. E aí ela é uma pessoa muito metódica, né? Ela é uma pessoa extremamente metódica, ela dorme naquela hora, naquele local, ela faz as necessidades fisiológicas dela sempre do mesmo jeito, no mesmo local, na mesma hora. Então eu tinha **muito medo** de que uma viagem pudesse desordená-la. Queria proporcionar ela conhecer um outro lugar e eu tinha **muito medo** de desordená-la. E eu fiquei muito feliz porque embora ela não tenha, é algumas coisas realmente da rotina dela tenham ficado atrapalhadas, ela se divertiu muito, muito mesmo. Ela gostou bastante. Ela se incomodou um pouco com a luz no ônibus, mas ela se divertiu, né? **Ela se divertiu bastante**. Então assim, **pra mim foi um teste, né, pra gente poder fazer outras viagens e mais longas e mais duradouras, né?** Que peguem mais dias e tal, dessa vez foram só três dias, foi perto, mas eu percebi que dá, né? Com algumas adaptações, com algumas coisas que talvez se a minha filha não tivesse TEA

eu não precisasse pensar. [...] Eu só me preocupo em ter dinheiro, acordar e sair pra viajar pra passear e quando você sai com uma criança TEA você tem várias outras preocupações. Só que **aí você percebe que se tivesse só um pouquinho de boa vontade, né? Por parte de quem organiza espaço destinado à criança, as empresas de ônibus, as coisas seriam melhores.** Então foi um desafio, mas mesmo assim foi um desafio muito bom, porque ela aproveitou. Então, pra mim essa viagem foi isso e **por ter sido um sucesso, do meu ponto de vista, eu já penso em várias outras.** Assim ao longo de 2023 vai ter alguns feriados e eu pretendo que a gente faça viagens (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Assim, mesmo a filha tendo saído da rotina e apresentado um pouco de sensibilidade a luz do ônibus, a mãe expressa que a viagem serviu como um teste para elas fazerem novas viagens mais longas e mais duradouras, visto que a filha se divertiu bastante. A mãe também indicou que os organizadores de espaços para crianças e as empresas de ônibus devem melhorar seus serviços para pessoas autistas. Por fim, a mãe expressa que apesar de ter sido um desafio, como a filha conseguiu aproveitar, a mãe pensa em fazer outras viagens.

A Mãe 3 inicialmente conta que já tinha o hábito de viajar antes de ter o filho e que sempre teve o desejo de, quando se tornar mãe, levar o filho para conhecer o mundo. Ainda, a mãe revela que o diagnóstico do TEA foi de grande ajuda para o seu entendimento do comportamento do filho nas viagens e que após o diagnóstico ela consegue se preparar melhor, em seguida a mãe expressa que percebe as experiências turísticas como aventuras:

**É algo que eu sempre fazia antes de ter ele. Então eu sempre falei *quando eu tiver um filho, eu quero levar ele pra conhecer o mundo*, né? E a gente agora já tá no sexto país que a gente conheceu. Não consegui conhecer mais por causa da **pandemia**, mas sim **é uma experiência é estressante, né? Ainda mais agora que eu sei que ele é autista, então eu sempre tô meio que preparando. Eu sempre gosto de estar num hotel ou num quarto sozinha com ele porque assim eu sei que ele vai descansar e no dia seguinte ele vai tá bem.** Então ele pode, ele pode se aventurar mais no dia a dia, nas viagens [...] quando eu não sabia que ele era uma criança autista, eu me frustrava mais, né? Tipo assim, se ele aprontava alguma coisa ali, eu ficava, eu não entendia o porquê que ele tava fazendo aquilo, né? Porque que ele tava tendo aqueles, vamos dizer surtos, crises, né? Agora eu entendo porque agora eu já tenho um diagnóstico, então eu consigo entender que talvez aquele ambiente não é bom pra ele, que aquela música tá irritando ele, né? [...] Em todo caso, **o diagnóstico dele serviu pra mim também se preparar, né? Porque a gente não nasce sabendo e é bem complicado a gente aprender o que que ele gosta e o que ele não gosta.** Então foi uma **adaptação**, ainda estou tentando me adaptar porque tipo, a viagem pro Brasil que foi uns 3 meses atrás não foi fácil. [...] É, não pode perder as esperanças, né? Porque eu não quero que ele deixe de ter essas **aventuras**. É eu quero poder tirar foto, mostrar pra ele quando ele for grande, olha, a gente foi em tal lugar, né? **Porque se eu desistisse de tentar, né, é estressante, né?** (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).**

É importante destacar a perseverança da Mãe 3, como relatado, não é uma tarefa fácil, requer esforço, preparação e adaptação. Porém, a mãe não quer que o filho “deixe de ter

essas aventuras”. Apesar do estresse, a mãe não desiste de vivenciar experiências turísticas com o filho.

Nesse contexto, outras mães (4, 11 e 10) percebem os desafios e dificuldades das suas experiências, inclusive a Mãe 4 e 11 revelam que isso não é um fator impeditivo:

Bom, **eu gosto muito de viajar, né? Eu não quero, eu nunca vi a situação do TEA como impeditivo.** É claro que cada um tem suas características, ela não tem muito problema com mudança de rotina, mas ela tem umas situações que ela fica mais irritada. Então **a minha preocupação é mais assim como ela vai se comportar em alguns ambientes, né? Mas eu nunca quis deixar de propiciar essas experiências culturais pra ela** [...] Antes de ir eu ficava *ai como é que ela vai ficar 10 horas dentro de um avião, né? Como é que vai se comportar?* Mas assim, **eu não quero que isso seja motivo pra eu privar ela de experiências, né?** É minha filha, eu quero compartilhar as coisas com ela, tudo da minha vida, né? Até minha cunhada que tava lá ela [...] falou ‘pô, que legal que você fez isso com ela, você ter tido coragem porque outras pessoas poderiam ficar mais apreensivas’, mas **eu não quero que isso me freie de fazer as coisas**, entendeu? [...] Mas não deixo de sentir o frio na barriga. [...] Essa também o meu marido não podia, então eu fui realmente literalmente com ela sozinha, né? [...] Isso acaba sendo um **desafio** pra mim também (Mãe 4, 46 anos, filha autista nível de suporte 1-2).

**Eu amo viajar. Então mesmo com dificuldade, não, não é, nem faz parte da minha cabeça, não vamos porque vai ser difícil.** [...] Eu acho que **aquilo que é muito ruim, que é a quebra de rotina**, se torna extremamente importante, porque a vida é assim, né? Então isso também **é um ensinamento.** E fora que ele gosta muito, muito de aproveitar, assim, ele gosta muito. A gente foi agora em novembro para um hotel bem pertinho, que é 1 hora de viagem, né? Então ele ama estar lá. ‘Nossa, a gente tá no hotel, né, quarto de hotel e tem a piscina do hotel!’ Então assim, **ele se diverte muito. Só que aí qualquer coisa ali naquela viagem vira um drama, né?** Por exemplo, a gente combinou que tinha uma churrasqueira no quarto do hotel, a gente ia fazer um churrasquinho e aí não deu. A gente foi no mercado, o mercado era muito longe, a gente voltou com a carne congelada, era muito tarde e não ia descongelar. A gente decidiu vamos fazer churrasco no outro dia, hoje a gente come um lanchinho no caminho. ‘Nossa, não, o combinado não foi esse, o combinado não foi esse!’ e aí tu pode oferecer o lanche que ele mais ama na vida, que tipo ‘não, não, a gente se programou, a gente combinou, a gente combinou!’ e aí tudo vira uma dificuldade muito grande, sabe? Porque se fosse em casa, a gente já teria carne em casa, já teria descongelado, já saberia onde é o mercado. Então, **tudo vira um cansaço e aí a (nome da filha mais nova) sofre muito porque a (nome da filha mais nova) ela é neurotípica. Então ela fica esgotada com essa demora que é pra ele voltar para o equilíbrio** e aí ela fala ‘pô a gente só queria se divertir, a gente nunca consegue, porque é sempre uma discussão, é sempre uma confusão’ e que não sei o quê. E aí **ela fica bem cansada** assim né e a gente tem pena porque é uma criança que tá ali com 10, 11 anos e sempre tem que estar parando os seus objetivos porque 1, 2, 3 horas às vezes que a gente tem que ficar em cima de uma crise pra tentar minimizar ela. **Então é complicado, mas ele também precisa se divertir, né? Então são 3 horas e depois 10 horas se divertindo e é assim, faz parte** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Bom, **por um lado foi bom porque viajar em família é muito bom, né? E também foi bom pra eu conseguir ter mais contato com esse lado dele**, conseguir entender que ele tem essas dificuldades que talvez no meio da rotina, no meio do dia a dia, as coisas bem direitinhas do jeito que já estão a gente não consegue identificar certas coisas, né? Então foi bom nesse sentido. Assim foi, **foi ruim foi chato porque deu trabalho obviamente, mas foi bom pra eu entender um pouco mais como funciona a cabeça dele** (Mãe 10, 28 anos, filho autista nível de suporte 1).

Assim, foi possível notar que a Mãe 4, apesar de expressar que é um desafio, não priva a filha de viver essas experiências. A Mãe 11 conta que ama viajar e que apesar de todas as dificuldades, não pensa em não ir pelo fato de ser difícil. Já Mãe 10 afirma que “foi ruim, foi chato porque deu trabalho”, mas que foi bom para entender um pouco mais sobre como funciona a cabeça do filho.

As mães também percebem como as experiências turísticas são importantes para o desenvolvimento dos seus filhos. A Mãe 1 revela que percebeu que houve uma evolução, visto que o filho não estranhou um ambiente novo:

Pra ele foi muito bom porque como eu falei ele, antes dessa viagem ele nunca tinha viajado, né? Então ele não sabia o que era ficar em um lugar diferente. [...] Então assim, ele ficou muito, muito feliz na viagem. Teve realmente só alguns pontos de nervosismo e tudo mais que eu acho que faz parte, até a gente às vezes quando eu viajo pra um lugar desconhecido, tem medo, né? Mas teve a questão que eu achei uma **evolução** já pelo fato de que quando chegou lá ele não estranhar o ambiente, né? Ele se sentiu bem à vontade e antes quando a gente saía pra qualquer outro lugar, ele não, não se sentia confortável. Ele sempre queria voltar logo pra casa, voltar logo pra casa. **E na viagem não, eu percebi que ele queria não voltar pra casa** (risos), ‘vamo ficar, vamo ficar’ e aí pra mim isso foi uma **evolução**, né? De ele ter essa vontade de conhecer lugares diferentes, isso pra mim já foi uma **evolução** (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

A Mãe 8 também menciona que o foco é o desenvolvimento do seu filho:

Então, primeiro a gente pensava muito em viajar com (nome do filho), já era pra ter viajado mais até eu acho, mas aí veio a pandemia, né? Ele tinha 3 anos na época e ninguém podia sair nem de casa. É eu achei que fosse mais fácil fazer uma viagem com criança, **quando eu descobri que (nome do filho) era criança atípica eu fiquei mais receosa, só que foi super tranquilo** Mônica. É, é como eu estou lhe dizendo, ele se adapta super bem. **O problema maior eu acho que são as pessoas em volta da gente, sabe? Que às vezes se a criança tiver uma crise, se a criança tiver uma estereotipia e aí as pessoas vão olhar e vão julgar. Você tem que ter um filtro grande e se trabalhar que o problema social é das pessoas e não do meu filho, sabe?** E aí eu procuro não trazer isso pra mim, pra a minha cabeça, pro meu coração. Ah, estão olhando, o problema é de quem está olhando e trabalhar dessa forma, sabe? **O foco é (nome do filho), é o desenvolvimento dele, apresentar ele ao mundo** e vai ter gente legal e também vai ter gente ruim, em todo lugar é assim (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Nesse relato, a Mãe 8 menciona o receio que teve para realizar viagem com o seu filho, apesar do filho conseguir se adaptar a lugares diferentes. Ainda, a mãe traz à tona a questão dos olhares e julgamentos das pessoas em virtude das crises e estereotípias, algo que já foi mencionado por outra mãe (Mãe 11) anteriormente. Sedgley, Pritchard, Morgan e Hanna (2017) afirmam que as mães de crianças autistas trabalham duro para administrar suas próprias

emoções, as de seus filhos e a de outros, suprimindo suas próprias emoções e internalizando a desaprovação dos outros.

A Mãe 6 expressa que percebe suas experiências turísticas como “um momento de lazer, tranquilidade, de descanso, é assim que eu procuro nas viagens”. Já a Mãe 5 fala sobre a adaptação do filho “ao nosso mundo”, ou seja, a mãe também percebe a experiência turística como uma forma de ajudar o filho a se adaptar ao mundo:

**É pra ele conhecer, pra ele ir se acostumando também, né? Principalmente pra ir se adaptando, né? A gente tem que ensinar ele a se adaptar ao mundo não a gente se adaptar ao mundo dele, porque um dia se a gente falta, né? Como é que, como é que ele vai sobreviver? Então a gente faz isso assim, mais pra ajudar ele a se adaptar mesmo nesse nosso mundo, né?** Eu te digo assim, pra ficar mais fácil pra ele quando ele for adulto, pra ajudar mesmo, pra ajudar (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

A Mãe 7 também apresenta uma percepção da importância das experiências turísticas tanto para o filho, quanto para a família:

[...] ele fica muito em casa, né, então ele fica muito estressado. Então eu acho que **descobrir novas coisas, novos lugares, ter novas experiências**. Pronto, a primeira vez que a gente foi pra praia ele não gostou, ficou com medo, pisou na areia, ficou com medo. Da segunda vez, ele já queria ficar lá direto. [...] Então assim, **eu acho que é muito importante a gente viajar pra relaxar, desestressar e pra explorar novas coisas** (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

Ademais, foi relatado pela Mãe 2, a percepção em relação aos ambientes infantis de lazer, frequentados pela filha:

**Eu vejo que algumas coisas ainda podem melhorar**, por exemplo, nos ambientes que a gente vai, né? É, eles não têm, eles não têm uma opção de lazer, por exemplo, inclusiva pra crianças autistas independentemente do nível de suporte, porque existem crianças TEA nível 1 que elas têm hipersensibilidade auditiva, né? Que elas têm é aquela questão da hipersensibilidade visual, elas não conseguem lidar com muitas informações assim. E esses parquinhos, eles geralmente têm uma música muito barulhenta, eles são extremamente coloridos e a gente entende porque criança gosta de cor e tal, mas às vezes as coisas não são bem sinalizadas, né? Eu fico meio assim e **os próprios profissionais que estão lá, como monitores, eles não sabem muito bem lidar, né, com as crianças não verbais, por exemplo, com crianças TEA não verbais. Quer dizer, essas crianças brincam também, elas fantasiam também, elas estão ali, elas têm seus gostos, tem suas particularidades e elas são crianças, elas têm direito, mas a gente percebe ainda que os locais destinados ao público infantil ele só enxerga o público infantil neurotípico, né? Ele não enxerga o público infantil neuroatípico**. A gente tem aí as adaptações, ônibus com elevador, a gente tem calçada sem degrau, calçada com rampa e aí a gente pensa na acessibilidade geralmente pensada não só pra questão física, pra questão motora, né? **A gente pouco percebe a adaptação nos espaços de lazer também voltadas pra inclusão dessas pessoas, né?** Que têm desordens sensoriais, à luz do ônibus muito forte, extremamente forte, não dava pra regular, ou apagava, ou era muito forte, tá entendendo? Então assim, complicado, é não é disponibilizado nenhum abafador de ruído, sabe? É

engraçado, ai diz assim ‘ah, mas isso é obrigação da pessoa ter’. É engraçado porque nos leitos mais luxuosos ou nas viagens de avião, algumas, as companhias fornecem fone de ouvido pra você ouvir as instruções, pra você é assistir um filme, né? Então assim, estão te proporcionando um conforto, mas não estão te proporcionando inclusão quando esse fone é para abafar o ruído, quando é um abafador de ruído, sabe? É eles não se preocupam com a regulação da temperatura. Então, é isso, **eu percebo que ninguém nem fala, ninguém nem fala**, sabe? [...] Os transtornos globais eles se quer são lembrados. Assim quando você vai falar num ambiente desse, a pessoa meio que, por exemplo, no parquinho, quando eu fui deixar ela no parquinho eu fui avisar pra moça, né? *Olha, ela é autista, tá?* Aí moça ficou olhando pra mim como se eu tivesse dito alguma coisa extremamente grave ou constrangedora e pra mim não é nem uma coisa, nem a outra. Eu só aviso que é para a pessoa saber que se ela começar a chorar descontroladamente, não adianta perguntar o que é, não vai adiantar, entendeu? Ela se desordenou e provavelmente ela tem que ser retirada daquele ambiente, porque ela precisa se acalmar e aquele volume de informação não vai, não vai ajudar, não vai ajudar, ela precisa de um lugar pra se acalmar. Ela precisa da pessoa de segurança dela e a pessoa de segurança dela são as pessoas que convivem com ela. Sou eu, é avó, entendeu? Então ela não vai se acalmar com um estranho. Ela nunca se acalma com um estranho, não, não adianta! Nem com a equipe que a acompanha ela se acalma quando ela se desordena, nem com a fono, nem com a psicóloga dela, não adianta! Tem que me chamar na sala de espera porque aí ela consegue e ainda demora muito tempo, muito tempo, algumas horas e **esses espaços eles, eles nem lembram disso, eles confundem tudo com birra, né, frescura**. ‘Ela é chorona assim?’ Aí eu *não!* (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

Assim, foi possível observar no relato da Mãe 2, que há campo para melhora por parte das empresas/funcionários de espaços de lazer destinados ao público infantil.

Portanto, pode-se afirmar que as percepções das mães variam, como, por exemplo, de estressante a desestressante, tal fato ocorre devido aos momentos positivos e negativos vivenciados pelas famílias, na qual enfrentam vários desafios, o que é possível notar nos diversos trechos das entrevistas. Ressalta-se que alguns desses desafios estão relacionados com o desconhecimento da população sobre o autismo e ao fato de o TEA ser um “transtorno oculto”, no sentido de que não é facilmente identificado à primeira vista (FREUND *et al.*, 2019).

#### **4.2.6 Significados**

A experiência de consumo na perspectiva das ciências sociais é compreendida como uma ocorrência particular do indivíduo, que é muitas vezes carregada de significado emocional relevante (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982). Ademais, o significado de uma experiência é baseado em uma percepção socialmente construída (QUINLAN-CUTLER; CARMICHAEL, 2010). Nesse sentido, o Quadro 11 apresenta os significados das experiências das entrevistadas a partir das suas vivências:

Quadro 11 - Significados das experiências de viagens de mães de filhos atípicos

Código	Trechos das entrevistas	Significado
Mãe 2	“[...] eu acho que viajar é uma das melhores opções de lazer que tem e se é pra mim, era pra ser pra todo mundo, entendeu, pra todo mundo que quer. Então pra mim <b>significou</b> isso, <b>a quebra de uma barreira</b> , né? Porque <b>a gente vê muitas famílias com crianças TEA querendo ter, explorar essa opção de lazer e muitas vezes não vão por conta do medo, por conta da apreensão, justamente porque a gente não sabe como é que os organizadores dos locais eles vão lidar com as nossas crianças</b> , né? E a gente, enfim, faz um esforço maior para que se essas pessoas não sabem ainda, elas aprendam na hora, aprendam na hora”.	Quebra de barreiras
Mãe 3	“Eu <b>estou conquistando</b> algo que eu achei que eu não poderia conquistar mais, que era poder viajar com meu filho, porque eu sempre falei quando eu tiver um filho, eu quero viajar com ele, porque eu gosto de viajar, então assim é <b>eu tô quebrando certas barreiras</b> , né? <b>Eu quebrei a barreira ali do preconceito das pessoas acharem que não seria capaz de viajar com uma criança autista</b> e eu tô, por mais que eu não sei como o que vai acontecer, mas eu tô indo”.	Conquista Quebra de barreiras
Mãe 6	“Uma <b>evolução</b> dela (risos) uma grande evolução porque a gente sabe que tinha a vontade, mas tinha medo de entrar na água, medo das ondas, ela tinha medo de botar o pé na areia da praia, ela tinha medo, agora nem liga, se ela for pra praia ela quer correr pra dentro da água e aproveitar, uma alegria só”.	Evolução
Mãe 10	“Eu acho que experiência de <b>aprendizado</b> e o aprendizado nem sempre é gostoso, né? Foi muito bom pra gente se unir mais como família”.	Aprendizado
Mãe 1	“Uma palavra em <b>aprendizado</b> e em um contexto como significativa porque é muito importante, eu acho, na minha concepção, eu acho muito importante pra eles terem momentos diferentes pra eles poderem se <b>adaptar</b> , pra eles poderem conhecer coisas novas. Porque normalmente quando uma criança, ela tem algum, é, transtorno, algum problema psicológico é muito difícil pra eles saírem de casa, né? <b>E depois dessa viagem, eu, a gente percebeu que muitas coisas nele foram desbloqueadas e acabou facilitando demais depois pra gente ir pra outros lugares e tal.</b> ”	Aprendizado
Mãe 11	“Ai pra mim são <b>lembranças de momentos felizes</b> . Eu acho que eles amam viajar. O (nome do filho) a cada dia que passa a gente tem conversado mais sobre a imprevisibilidade, as demoras e tal. Mesmo que a gente saiba que na hora que acontecer a crise ele vai se desestabilizar, mas logo depois ele pede desculpa, que ele foi inflexível e que ele vai tentar não fazer de novo. Eu acho que é um aprendizado, <b>é um aprendizado pra gente e eu acho que não tem nada que apague os momentos bons que a gente vive quando a gente viaja</b> , tanto desses dentro do carro de escolher, de ficar vendo a cor da flor, quanto de mergulhar, de brincar, sabe, não tem preço. Eu vejo como momentos muito felizes, quando eu fui escolher as fotos ali, é, é, é <b>o que fica são os momentos felizes</b> [voz trêmula de choro]”.	Lembranças de momentos felizes Aprendizado
Mãe 5	“É a <b>felicidade</b> dele, definiria como <b>felicidade</b> do (nome do filho). A gente sai assim pra realizar, pra ele se realizar, <b>não é nem pra gente não</b> ”.	Felicidade
Mãe 7	“Eu acho que <b>gratidão</b> por tá podendo proporcionar essas experiências a ele, porque eu sei que muitos pais, não só de crianças atípicas, como de crianças típicas não podem proporcionar esses momentos. Mas a gente pode, né, sempre que tem um tempo leva ele, nem que seja ali pra outra cidade pra ele tá conhecendo, né, passeando e ter ele ao meu lado, né, eles ao meu lado, acho <b>gratificante</b> e sou <b>muito grata</b> por isso”.	Gratidão

Fonte: Elaborado pela autora

Pôde-se constatar, a partir das colocações das entrevistadas (Quadro 11), os significados das experiências turísticas, quais sejam, quebra de barreiras, conquistas, aprendizado, lembrança de momentos felizes, evolução, felicidade e gratidão. Tais significados

possuem uma importância emocional (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982), que superam todas as dificuldades enfrentadas pelas mães durante as suas experiências turísticas com os seus filhos autistas.

#### 4.2.7 Lembranças

A lembrança, de acordo com Arnould, Price e Zinkhan (2002), é a última etapa da experiência de consumo e se apresenta quando a nostalgia faz com que o consumidor busque na sua memória o que foi vivenciado, que pode ser baseado nas histórias descritas, bem como nos argumentos dos amigos. Quinlan-Cutler e Carmichael (2010) também afirmam que a lembrança é a última etapa da experiência turística, na qual a memória é o aspecto mais influente das experiências turísticas, visto que pode influenciar fortemente outros fatores da experiência.

Ao questionar sobre as lembranças das experiências, algumas mães relataram as viagens que realizaram antes de receber o diagnóstico de autismo dos filhos:

A primeira viagem que eu fiz com ele foi pra Amsterdã, ele tinha 4 meses. Depois eu fiz outra viagem quando ele tinha 9 meses pra Portugal. É, depois eu fiz outra viagem pro Brasil com ele. Nessa época eu não sabia que ele era uma criança autista. Daí quando eu tava, é, em processo de diagnóstico, a gente foi pra Palma de Maiorca, que foi ali que eu vi que realmente tinha algo diferente no (nome do filho), que ele precisava de rotina, que sem rotina ele ficava muito estressado. **A viagem foi assim é metade estressante e metade divertida.** Depois dessa viagem eu sabia realmente que ele era uma criança autista, que ele precisava de estar num ambiente mais calmo, que ele precisava, que eu tinha que preparar ele, né? Daí foi mais, vamos dizer, foi mais leve. A gente conseguiu ir, acho que depois dessa viagem foi pro Brasil, que a gente foi pro Brasil. Não foi fácil porque eu não tinha como ficar num ambiente sozinha com ele, eu fiquei na casa de parentes, então assim, ele me deu trabalho nas primeiras 2 semanas. **Depois foi alegria, ele aproveitou, brincou, ele se socializou com outras crianças, mas é difícil.** Tem que assim, agora eu sei, depois de todas essas viagens que ele precisa de menos tempo, ele precisa de um ambiente só pra ele ali pra gente dormir, descansar, é que ele precisa ter uma hora que ele vai pra cama, que a gente não pode ficar à noite assim, passeando. Então assim, agora eu consigo controlar mais (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Nesse relato da Mãe 3, fica evidente que depois da confirmação do diagnóstico do TEA, bem como depois de realizar algumas viagens, a mãe compreende melhor as necessidades do filho e consegue controlar mais as situações.

A Mãe 11 lembra das viagens que realizava com o filho antes do diagnóstico do TEA, bem como das experiências após o diagnóstico:

Quando o (nome do filho) era pequeno, eu lembro acho que 2 ou 3 viagens que a gente atribuía muito a birra, né? Não tem paciência, não espera a vez dele, não aguenta fila. Eu não reparava assim, [...] eu não percebia, tipo assim ó, ele é repetitivo, né? Ele fica

sempre na mesma coisa, sempre na mesma coisa. Eu não percebia isso quando ele era pequeno assim, mas **eu lembro claramente do tanto que era difícil esperar no aeroporto, esperar na fila, o quanto era angustiante, o quanto que a gente passava trabalho com isso.** Depois que veio o diagnóstico, que aí a gente viajava e aí eu comecei a estudar bastante [ênfase] o que era autismo e comecei a me dedicar bastante no tema. Teve uma época assim que eu só fazia isso, só fazia isso. Eu comecei uma faculdade por causa disso também, tô na sétima fase de psicologia, então eu só lia e estudava sobre o tema. Aí eu começava a perceber claramente que o problema dele era com a **falta de previsibilidade.** Numa viagem a gente, ah, tá lá, a gente decide o que quer comer, só que até escolher um lugar pra comer, até chegar no restaurante, até pegar um carro pra ir até lá, a gente não conhece o lugar, a gente erra a rua. Então assim, eu percebia e até porque ele já estava maior, ele já falava, né? ‘Que saco, não foi o combinado!’ Ele repetia muito isso, ‘não foi combinado, não foi combinado!’ E a gente começava a se desgastar muito, sabe? E aí, por mais que a gente dissesse, ‘olha, a gente tá saindo daqui, a gente vai viajar’. Que aí veio a pandemia também, logo depois que a gente descobriu, né? E aí a gente viajou muito pouco, a gente viajava mais pra perto, viajava de carro. Por mais que a gente tentasse ser o mais previsível possível, ‘olha, nós vamos de carro, a estrada é longa, pode ter algum imprevisto, nas viagens imprevistos acontecem, pode furar o pneu, pode acontecer várias coisas’. **Por mais que a gente tentasse prever, foge do controle, né?** A gente vai num lugar, para num restaurante e aí o tipo da comida que tem ali não é o tipo de comida que a gente queria comer, por exemplo, ele só vende lanche e a gente queria comer comida, arroz, feijão e não tem. Aí a gente entra no carro de novo, isso deixava ele completamente transtornado. **Eu lembro muito assim na minha cabeça que vem a viagem a Gramado, né, que chegou lá e foi comprar os pacotes de turismo, né, que tem. Tem pacotes lá de vários parques diferentes, aí se tu seleciona 3 parques tem um valor, se seleciona 5 tem outro, aí tem que selecionar quais que tu prefere. Então assim, até escolher um que ele gosta que a irmã goste, que seja de agrado de todo mundo, tem a fila, tem a espera. Foi assim, olha, eu disse gente, por que que eu vim? Por que a gente não ficou em casa? Como é difícil assim, sabe, a gente conseguir conciliar todas as coisas. Aí depois que chega no brinquedo, que entra no lugar, aí ele se diverte, ele se diverte muito, aproveita muito.** A gente diz ‘ainda bem que a gente veio’, só que o estresse é muito grande, sabe? E a gente tá pra fazer uma viagem internacional, que a gente já tá se planejando há 2 anos, guardando dinheiro e a gente tá tentando dizer pra ele ‘olha, e se fosse lá, como é que tu ia te comportar? Porque lá vai acontecer um monte de imprevisto’. Mas não é fácil assim, é essa coisa da previsibilidade pega muito, sabe? [...] **Aí a gente agora já consegue ter clareza, o motivo de por que ele tá desestabilizado. A gente já consegue entender, aí foi o restaurante, foi o passeio, foi a fila. A gente já consegue entender, pelo menos torna menos acusativo, né?** Porque antes a gente dizia ‘isso é birra, isso é manha, tem que levar uns tapas na bunda’. Era muito tapa na bunda e puxão de orelha e aí agora a gente, agora que eu digo assim, há uns cinco anos a gente percebeu que meu Deus, bater só deixava ele mais agressivo e que bater não é solução em hipótese nenhuma, nem numa criança típica, muito menos numa criança atípica porque ele tá ali numa confusão sensorial, numa confusão de entender. E aí é **desgastante igual, cansativo igual, mas agora a gente consegue acho que ser um pouco menos duro com ele, sabe, a gente consegue compreender um pouco mais** (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Pôde-se observar no relato da Mãe 11 que a maior dificuldade nas experiências turísticas da família está associada com a previsibilidade que o filho necessita, algo que é difícil de conseguir durante as viagens, como a própria mãe fala foge do controle. Nesse caso, o diagnóstico do TEA foi tardio, aconteceu somente quando o filho estava com 9 anos, por isso o comportamento do filho era algo que a família acreditava ser birra ou manha. Apesar de o filho estar atualmente com 15 anos de idade, a mãe lembra “do tanto que era difícil esperar no

aeroporto, esperar na fila, o quanto era angustiante” viajar com o filho quando ele era pequeno. Após o diagnóstico, a mãe expressa que agora a família já percebe o que desestabiliza o filho e que conseguem compreender melhor o que acontece. É importante ressaltar que o diagnóstico do filho fez com que a mãe iniciasse uma faculdade de psicologia e com o objetivo de ajudar seu filho a mãe começou a se dedicar bastante na temática do autismo.

Algumas mães também lembram de como os filhos se sentiram nas viagens que realizaram, os sentimentos descritos pelas mães incluem tanto sentimentos positivos (felicidade, maravilhada, fascinada), quanto sentimentos negativos (medo, insegurança, confusão):

[...] ele na primeira vez que ele foi de avião ele **adorou**, inclusive ele tirou até uma foto com o capitão do avião, com o piloto lá, o piloto botou o quepe nele lá, o chapéu, ele tirou uma foto com ele e ele foi conhecer a cabine do avião. Ele adorou porque viu todos aqueles painéis lá, né? E aí ele gostou muito, ele **adorou** a viagem. Foi uma viagem que ele tinha pedido a gente pra fazer. [...] (nome do filho), que ele queria conhecer a revista, a editora da revista recreio em São Paulo, a editora abril. E aí nós levamos, mas (nome do marido) ligou para a editora, agendou um horário lá da visita dele. Nós fomos e ele **ficou muito feliz** porque tinha uma revista chamada recreio, que era uma revista que tinha várias curiosidades pra criança, né? E era da editora abril e ele era louco por essa revista. A gente fez assinatura e toda semana, era semanal, ao chegar essa revista ele acompanhava, porque **tudo dele tem que ser sequencial**, então se ele tem a 1, tem que ter a revista 1 a 2, a 3 a 4. Eu sei que no final a gente passou uns 3 anos pagando essa revista. (nome do filho) tinha quase 1000 revistas de tanta revista. [...] Então a gente foi, levamos ele pra esse passeio, **ele adorou, adorou, adorou conhecer São Paulo e disse que quer voltar lá novamente** [...] Aí quando foi no final do ano passado a gente tinha comprado um pacote na época da pandemia pra ir pro (nome do parque aquático) e aí com a questão da pandemia a gente adiou, adiou, adiou e no final do ano em dezembro a gente conseguiu ir, mas aí (nome do marido) não quis ir, tava com muita coisa do trabalho e acabou indo eu, ele e (nome do filho mais novo), o mais novo. E aí nós fomos de avião, porque como é longe daqui Fortaleza, né, pra ir de ônibus ou de carro, ele ia ficar muito impaciente, sabe? E avião num instante chega, né? Então assim, ele tomou iniciativa que ele mesmo foi no guichê, ele fez o check-in, sabe, lá. Ele resolve as coisas também, sabe, aí ele resolveu tudo, mas assim **tava feliz da vida porque ia de avião**, né, aí ele adorou (risos) (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Eu **gostei muito de ver o quanto ela ficou fascinada com a paisagem da estrada**, sabe, ela ficava assim, ela, ela não apagou, ela não dormiu logo, ela ficou um tempão e quanto mais escuro ia ficando, né? Quanto mais no breu a gente ia se metendo na estrada, quanto mais longe da civilização a gente ia ficando mais triste ela ia ficando porque ela não conseguia mais ver o caminho, a natureza, então isso me marcou muito, porque **eu pensei que ela fosse ficar entediada e ela não ficou, ela ficou maravilhada com a estrada**. ‘Olha mamãe, a lua, a luz!’ até o poste era motivo de distração assim e **isso me chamou muito a atenção, eu achei que ela fosse ficar com medo e ela não ficou, ela ficou maravilhada**. [...] ela queria a cortina aberta, ‘não mamãe, não fecha não’. *Mas a luz vai ficar entrando*. ‘Mas eu quero a luz!’, entendeu? Ela não queria a luz do ônibus, mas a luz de fora ela queria (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

**Foi muito desafiador porque ele tava em um ambiente, né, que é fora do conforto dele. Então, em algumas coisas foram muito boas**, devido, por exemplo, o **contato com a natureza, ele podia tá muito livre**, ele se sentia à vontade nessa questão, mas quando era para estar ali dentro da casa que a gente tava, ele já não se sentia tão

confortável, ficava com medo, inseguro, mas é comportamental. [...] **Como tava longe da casa dele, ele não sabia se ali naquele local podia confiar o que que ele faria, é ele tava confuso** (Mãe 1, 28 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

Outras mães lembram o que foi mais marcante nas suas experiências turísticas:

É só a **felicidade dele**, né, porque ele gosta, ele gosta se a gente pudesse a gente iria mais. E só a felicidade dele mesmo, dele se divertindo, saindo, conhecendo coisas novas (palavras ditas em meio ao choro) (Mãe 5, 38 anos, filho autista nível de suporte 2).

[...] **ele todo feliz indo pro mar**, eu acho que é a maior recompensa, né? Apesar do estresse, do cansaço, é a melhor recompensa que a gente tem (Mãe 7, 24 anos, filho autista nível de suporte 2).

**A parte da praia que ela perdeu o medo** (Mãe 6, 36 anos, filha autista nível de suporte 1).

Nesses relatos foi possível observar como a felicidade e a superação dos filhos é marcante para as mães. Segundo Agovino *et al.* (2017), estudos empíricos apontam que o turismo tem efeitos positivos no bem-estar e na qualidade de vida das pessoas. Esses efeitos são particularmente sentidos por pessoas com diferentes deficiências, bem como por seus cuidadores, como mães e pais, ou acompanhantes.

Nesse sentido, a Mãe 9 lembra da evolução do filho no desenvolvimento de habilidades (que são trabalhadas nas terapias), ao contar como o filho se comportava quando a família viajava para uma determinada praia e como é o comportamento atual do filho no local:

A gente vai vendo as **evoluções** de acordo com o que vai tendo as terapias e tudo mais. Ele já sobe a escada sozinho, antes ele precisava que a gente segurasse, mesmo ele conseguindo subir ele não tinha segurança de subir só mesmo ele já sabendo subir. Aí tem a questão da chinela que ele já tira e já vai, ele antes não pegava na areia e aí o meu marido com as minhas sobrinhas ficavam fazendo guerra de areia, então ele já pega mesmo que ele não pegue com as duas mãos, ele já pega com a esquerda, que é a mão dele, que ele escreve com a esquerda, a areia ele já pega com a esquerda e joga. Aí ele vai criando coragem de ficar, antes ele queria ficar no braço, aí ele já criou coragem de ficar no chão quando a gente fica na beira da areia. Aí antes ele ficava segurando e agora ele já fica só, né? A gente fica perto por causa da força, mas aí ele já consegue ficar lá só. Então a gente vai vendo as evoluções, né? As habilidades que ele vai adquirindo com o que vai sendo trabalhado e vai refletindo no dia a dia, né? (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Ademais, algumas mães lembraram do atendimento que receberam em suas experiências turísticas. A Mãe 8 que utiliza seu Instagram como forma de difundir o autismo e a inclusão relata que fez uma postagem sobre o atendimento que recebeu em sua viagem a Gramado, no qual a mãe listou os locais que foi bem recebida na postagem, e contou que:

[...] no geral **todos os locais estão preparados para receber autistas, e eles entendem a lei e eles fazem a lei acontecer**, sabe? Eles não se negam, **a gente não tem que brigar e questionar** (Mãe 8, 31 anos, filho autista nível de suporte 2-3).

É importante ressaltar que a Mãe 8 antes de viajar pesquisou os locais que estavam preparados para receber pessoas com deficiência, inclusive a mãe menciona que os locais fazem a lei acontecer e que a família não precisou brigar ou questionar pelos direitos do filho, que foi bem recebido e teve acesso aos ambientes sem impedimentos. Pode-se assim inferir que os locais visitados pela família estão empenhados em praticar o turismo acessível, que segundo Darcy (1997), caracteriza-se como o conjunto de serviços e infraestrutura que possibilitam os seres humanos com necessidades especiais apreciar as suas férias e momentos de lazer sem impedimentos.

Nesse contexto, a mãe 12 conta que voltou satisfeita da viagem pois, além de os filhos terem se divertido e o filho autista não ter tido nenhuma crise, a família recebeu um bom atendimento:

É o (nome do parque aquático) realmente pra mim foi assim um ponto no escuro, que eu não sabia como é que ele ia se portar lá, sabe? **Ele ficou tão bem, que assim eu me surpreendi, sabe, de ele ter ficado bem, não teve nenhuma crise**, não teve nenhum aperreio, sabe, ficou tranquilo, né, tinha internet (risos), tinha as comidas que ele gostava de comer, né? Então assim, foi tudo tranquilo, não teve nenhum problema, sabe? **Então eu fiquei feliz, voltei assim, satisfeita da viagem. Fomos bem recebidos em todos os lugares e satisfeita porque eles se divertiram.** (nome do filho) se divertiu da maneira dele, mesmo na hora que não tava no parque, ele tava no quarto do hotel, que tava muito confortável por sinal, muito arrumado, muito organizado e ele ficou super bem [...] A gente teve um **ótimo atendimento** no hotel, é teve um dia que ele ficou meio impaciente porque tava na hora do jantar e tava muita gente, ele ficou muito impaciente, começou a ficar aperreado porque não conseguia. Aí eu fui falar com a moça que fica lá na entrada do restaurante, né? Expliquei a ela que ele era autista e que ele não tava conseguindo fazer. Ela fez ‘olhe, não fique preocupada, a senhora leva ele pro quarto, a senhora volta faz o prato dele do que ele quiser e a senhora leva pra ele, pode levar pra ele no quarto, não tem problema’. *Tá certo*. Eu fui, fiz, depois ela me ligou perguntando se eu queria alguma coisa, né, que a gente ficou no (nome do hotel) do lado do (nome do parque aquático) e aí eu disse não, que tava tudo bem, que ele já tinha conseguido, né? [...] Então assim, **sempre que tem alguma coisa que eu falo, sempre atendem na mesma hora, sabe, fui muito bem recebida** lá em Fortaleza. Até o motorista também, porque quando a gente foi ver as praias ele ficou ‘pra quê que a gente tá vendo praia?’ Aí eu disse *calma (nome do filho), pra conhecer*, ele ‘eu não tô a fim de conhecer praia não, quero ir pra casa, quero pegar o avião’. Eu disse *tá, a gente já vai*. Aí o motorista ‘não rapaz, olha que praia legal’, conversou, sabe? E no parque assim, ele ficou direitinho, não teve nenhum problema, sabe, assim de ficar aperreado. Aí, pronto, aí assim no aeroporto, foi tudo bem, tudo tranquilo (Mãe 12, 51 anos, filho autista nível de suporte 1).

Nesse relato foi possível observar como as pessoas que trabalham com o turismo impactaram positivamente na experiência da mãe. Panosso Netto (2007), ao analisar os bens e

serviços oferecidos aos turistas, bem como a infraestrutura, aponta que o não turista também possui importância na experiência turística. Ao contrário da Mãe 12, a Mãe 11 relata que normalmente não é atendida nas suas solicitações, ao expressar como acredita que as experiências turísticas da família poderiam ser melhores:

Eu acho que quando a gente sinaliza, porque eu tento chegar num lugar e pedir quanto tempo vai demorar mais ou menos pra poder dizer pra ele. ‘São 50 minutos, ah, são aproximadamente 40 minutos’. Eu tento perguntar, quando a pessoa me dá, por exemplo, assim, ‘olha a comida vai demorar 2 horas e 30 porque o restaurante está lotado’. Aí eu tento explicar que meu filho, ele tem autismo, então ele tem bastante dificuldade com a espera e tal. *Tem como pelo menos servir uma batatinha antes?* Ou ah, sei lá, se o hotel vai demorar muito pra gente conseguir entrar e a viagem foi longa. Aí eu peço *tem como liberar a chave enquanto a gente faz o cadastro?* **Normalmente eu não sou atendida nas minhas solicitações**, nem com a batatinha antes, nem com a chave do quarto antes, nem com um tipo *tem como dar uma previsibilidade se o voo vai ser cancelado? Vai ser passado pro outro dia?* Porque a gente sai daqui da espera, vai pra uma lanchonete. Porque quando a gente pergunta, aí falam que a aeronave já tá em solo e na verdade nem tá porque eles ficam mudando de portão 500 vezes. Então se dissesse assim vai demorar 2 horas aí eu saia, ia numa loja que ele gosta, ia fazer um lanche que ele gosta porque ele é aficcionado por comida, a gente até tem que dar uma segurada. Então eu ia fazer alguma coisa, jogar jogo, né? A gente gosta de jogar um jogo pra ele tentar esquecer que tá esperando, mas as pessoas não dão previsibilidade. [...] Então o povo acha que ainda realmente a dificuldade da espera dele é frescura, é manha, sabe? Não conseguem ter essa sensibilidade e eu acho que isso ajudaria profundamente. Se as pessoas conseguissem, é se não dá pra antecipar pelo menos tentar dar uma previsibilidade, ou então, arruma um plano B ali junto com os pais, acho que seria fundamental pra tornar a viagem mais tranquila (Mãe 11, 38 anos, filho autista nível de suporte 1).

Ainda, foram relatadas algumas situações que ocorreram de experiências negativas:

[...] **eu fiquei nervosa no começo porque o atendimento da (nome da empresa de ônibus) já foi errado, né, já foi errado porque eles não respeitaram o direito a fila prioritária dela, né? Demoraram demais para fazer o despacho da nossa mala** porque a gente levou bolsa, mas também cada uma levou uma mala que foi despachada. E aí eles viram o cordão dela de identificação, eu falei, mas mesmo assim eles não providenciaram um profissional pra vir fazer logo o despacho da bagagem e aí ela começou a ficar muito apereada do lado do ônibus, do barulho muito alto na rodoviária e aí eu desisti de esperar na fila e a gente foi sentar. E aí quando ele tava se preparando pra sair foi que eu cheguei *agora você para que eu vou despachar a minha mala e vou embarcar a minha filha direito!*. ‘Ah, é porque já tava livre’. Eu digo *não, eu não tive que esperar você, sendo que não era pra ter esperado? Então agora você vai me esperar!* Pronto, só isso. E aí foi assim, né, esse primeiro transtorno com a (nome da empresa de ônibus) (Mãe 2, 38 anos filha autista nível de suporte 1).

No aeroporto, é me surpreendeu uma vez no **aeroporto de Madrid que não tem fila preferencial. Então eu fiquei numa fila mais de 1 hora com a criança chorando, apertando e eu estava ali a ponto de ter um troço**. Então me surpreendeu de um aeroporto tão grande não ter esse acesso, né, esse direito (Mãe 3, 29 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

[...] Teve um caso no (nome de um restaurante), porque ele sempre tem gratuidade nos parquinhos, né? Eu peguei, perguntei lá no (nome de um restaurante) se tinha a

gratuidade ou mesmo desconto pra autista, aí ela disse ‘eu vou perguntar pro gerente’. Aí perguntou pro gerente. E aí, quando eu fui deixar ele, ela disse assim ‘mas ele não, não morde não, né?’ Aí eu quase digo, minha senhora, é uma criança não é um leão não (risos), mas eu também deixei pra lá, porque **eu sei que é mais da ignorância da pessoa, né?** Por **não saber lidar**, mas aí até depois eu falei pro gerente *não, porque eu fui deixar ele e a moça perguntou se ele mordida*, eu não me incomodo porque ele é bem tranquilo e tudo, mas pode ofender uma outra mãe porque ela tá perguntando da criança, do seu filho, né? E é uma criança não é um leão para perguntar se morde (Mãe 9, 31 anos, filho autista nível de suporte 1-2).

Assim, notou-se que as mães recordaram das experiências positivas e negativas que vivenciaram em diferentes ambientes, tais como hotel, restaurante, aeroporto, rodoviária, agência de turismo, táxi, praia e parque. Segundo Buhalis (2000), a experiência geral do turista é composta por inúmeros pequenos encontros com uma variedade de entidades turísticas, como taxistas, hoteleiros, garçons, bem como com elementos das atrações locais, como museus, teatros, praias, parques temáticos etc.

Ademais, foi possível perceber que as empresas precisam melhorar tanto em relação ao atendimento dos seus funcionários, quanto em relação a estrutura dos seus espaços. As mães relataram que não receberam atendimento adequado em restaurantes e hotéis, como mostra por exemplo, o relato da mãe que foi questionada por uma monitora do parque infantil de um restaurante se o filho mordida, após a mãe dizer que o filho é autista. Inclusive, na etapa da foto-elicitación, outra mãe relatou que os espaços infantis não estão preparados para receber crianças atípicas e contou que a monitora de um parque infantil perguntou se a sua filha era “chorona”. Também, as mães disseram que seus filhos não tiveram o acesso preferencial, o que resultou em longas esperas tanto na rodoviária, quanto no aeroporto, lugares com estímulos sensoriais que podem causar irritações em autistas. Walls *et al.* (2011) afirmam que as empresas de hospitalidade e turismo podem aprimorar a experiência dos consumidores através do gerenciamento de elementos físicos e de interação humana. Isso pode ser feito por exemplo, por criar um ambiente fisicamente adequado para essas pessoas como salas sensoriais, como também por meio do comportamento dos funcionários, de modo que as empresas devem realizar treinamentos para que os seus funcionários compreendam o que é o autismo e saibam prestar um atendimento de qualidade para essas pessoas e suas famílias.

## 5 CONCLUSÕES

Foi possível observar que a experiência turística de pessoas com filhos autistas está diretamente relacionada com as características típicas do transtorno. Isso demonstra que os hábitos podem variar de acordo com o comportamento da pessoa autista e seus acompanhantes. Porém, isso não impossibilita a realização das viagens. Para escolher uma destinação, os atrativos naturais como clima, natureza, montanha, lago, serra e praia são aspectos importantes no processo de decisão. Os atrativos construídos como parques, inclusive parques aquáticos, piscina, zoológico, praça, mirante, área *kids*, restaurantes, museus e shopping, também são considerados relevantes nessa etapa. Também foram relatadas a interação social com a família e os amigos, além do preço, bem como o fato de ser um local tranquilo em virtude da sensibilidade auditiva e a dificuldade de interação social dos filhos com outras pessoas.

Apesar de as experiências turísticas geralmente serem associadas às boas expectativas, viu-se que no contexto das mães de filhos com TEA, as expectativas tendem a serem ruins e carregadas de muitas incertezas. Tal fato está relacionado com a incerteza de como o filho irá se comportar fora da sua rotina, mesmo para aqueles que têm acompanhamento terapêutico frequente. Isso ocorre devido à adesão inflexível a rotinas ou a padrões ritualizados de comportamento (APA, 2014), comuns em pessoas com esse transtorno. Além disso, a maioria das mães imaginam previamente as situações que podem ocorrer durante a viagem e preparam-se para amenizá-las, mas não deixam de viajar devido a situações desagradáveis que possam ocorrer.

Metade das mães entrevistadas relataram emoções e sentimentos tanto positivos, quanto negativos durante as suas experiências turísticas. As emoções e sentimentos positivos identificados que são mais comuns nessas mulheres são felicidade, gratidão, surpresa, vitória, alegria, satisfação e alívio. Já as emoções e sentimentos negativos identificados foram apreensão, nervosismo, estresse, ansiedade, frustração, impotência, incapacidade, insuficiência e fracasso.

As percepções das mães sobre suas experiências turísticas variam, abrangendo desde experiência de relaxamento, liberdade, aventura, lazer, descanso e ensinamento, até experiências estressantes, difíceis e desafiadoras. Ademais, as mães percebem como as experiências turísticas são importantes para o desenvolvimento dos seus filhos, para a evolução e adaptação a novos ambientes. Porém, também foi percebido que os espaços de lazer destinados às crianças não estão preparados para receber o público infantil autista.

Os significados das experiências turísticas revelados estão relacionados a quebra de barreiras, conquista, evolução, aprendizado, felicidade, gratidão e lembrança de momentos felizes. Através da foto-elicitação foi possível identificar novos significados como vitória, união e avanço. Nota-se como os significados atribuídos são positivos e possuem uma importância emocional, que superam todas as dificuldades enfrentadas pelas mães durante as suas experiências turísticas com os seus filhos autistas.

Ainda, constatou-se que as mães recordaram das experiências positivas e negativas que vivenciaram em diferentes ambientes, tais como hotel, restaurante, aeroporto, rodoviária, agência de turismo, táxi, praia e parque. Porém, foi possível perceber que as empresas precisam melhorar tanto em relação ao atendimento dos seus funcionários, quanto em relação a estrutura dos seus espaços. Logo, faz-se necessário que os locais se preparem para dar suporte adequado para esse perfil de consumidor.

Os relatos das mães mostram que é possível que uma pessoa autista viaje com a sua família, apesar de existirem diversos desafios. Entretanto, é importante mencionar que mesmo com as dificuldades, as mães ficaram felizes por terem conseguido vivenciar as experiências turísticas com os seus filhos. Tais experiências são benéficas tanto para a pessoa autista, quanto para a sua família, inclusive, foi possível notar como as mães percebem as evoluções e o desenvolvimento de habilidades dos filhos, sejam em relação a imitar comportamentos ou expressões faciais, ou a perderem o medo de entrar no mar, ou de conseguirem se adaptar a novos ambientes, texturas e tecidos.

Assim, este estudo busca contribuir para a literatura por elencar algumas estratégias que podem melhorar as experiências turísticas das famílias, bem como podem ser úteis para as famílias que desejam viajar com o seu familiar autista e ainda não o fizeram, quais sejam, antes da viagem: (a) pesquisar os locais que estão preparados para receber pessoas com deficiência, inclusive autistas; (b) preparar o membro com TEA por conversar, até mesmo utilizar recursos visuais para explicar sobre a viagem; (c) separar objetos que a pessoa está utilizando no dia a dia, como, por exemplo, brinquedos e jogos, e levar para a viagem; (d) nas primeiras viagens, a família pode planejar viagens mais curtas, com poucos dias, e que não levem longas horas para chegar ao destino; (e) para as famílias em que o autista possui seletividade alimentar, uma alternativa é reservar uma hospedagem que possua cozinha no local, na qual a família pode preparar a alimentação, outra opção é reservar uma hospedagem em um hotel ou pousada que tenha uma maior variedade de alimentos; (f) procurar saber se o tecido da roupa provoca reação contrária, até mesmo testar se a roupa causará irritabilidade. Durante a viagem: (a) usar estímulos no trajeto como vídeos, jogos, músicas e comidas; (b) ficar em um ambiente tranquilo

e tentar manter algumas coisas da rotina, como por exemplo, horário de comer e horário de dormir; (c) realizar passeios curtos ou com atividades diferentes; (d) realizar passeios que estejam relacionadas com o hiperfoco do autista; (e) utilizar o colar e a carteira do TEA como uma forma de facilitar o acesso a determinados ambientes, o que, inclusive, é um direito previsto em lei.

Ademais, espera-se que esta dissertação contribua em termos gerenciais, a partir dos discursos das mães nesta pesquisa, é possível indicar algumas proposições que podem ser adotadas pelas empresas e prestadores de serviços turísticos, como agentes de viagens, taxistas, hoteleiros, garçons, monitores de espaços de lazer infantis, empresas de transportes sejam aéreo, rodoviário ou ferroviário, bem como empresas com atrações turísticas como parques temáticos, parques aquáticos, museus, teatros, zoológicos etc:

1. Realização de cursos e workshops para que todos da organização conheçam o Transtorno do Espectro Autista, bem como os direitos das pessoas autistas;
2. Realização de treinamentos, capacitações e acompanhamentos do modo como os funcionários atendem a esses consumidores;
3. Realização de pesquisas de satisfação com esses consumidores sobre o atendimento que recebem;
4. Criação de locais adequados para esse público, com iluminação, temperatura, isolamento acústico apropriados, equipamentos de apoio como abafadores de ruídos, bem como sinalizadores, por exemplo, no caso de o ambiente ter excesso de estímulos sensoriais que geram irritação nessas pessoas;
5. Deixar claro nos portais oficiais dos destinos que o local está preparado para esse perfil de consumidor, o que pode ajudar os familiares no processo de escolha.

Portanto, os prestadores de serviços turísticos ao serem conscientes que esse público existe e ao oferecerem seus serviços e bens sem nenhum tipo de discriminação ou impedimento, podem conquistar um nicho de mercado que ainda é subestimado.

Além dos pontos já mencionados, é importante falar sobre a disseminação da temática autismo, visto que esse transtorno ainda é desconhecido para muitas pessoas, informações sobre o TEA devem ser propagadas pelas entidades governamentais. Como o TEA trata-se de um transtorno não visível, muitas pessoas confundem com birra e com manha. Algumas mães relataram o preconceito e os olhares de julgamento que enfrentam nas suas experiências turísticas, especialmente quando os filhos estão enfrentando crises. Também relataram o não cumprimento das leis, como por exemplo, ter direito ao acesso preferencial. Desse modo, é importante que sejam criados e implementados, pela gestão pública, mecanismos

de controle para que sejam cumpridas as leis em benefícios dos autistas. Ademais, espera-se que haja uma transformação no modo como essas pessoas são vistas e deixem de ser estigmatizadas pela sociedade.

A seção a seguir apresenta as limitações da presente pesquisa.

### **5.1 Limitações da pesquisa**

Como todo e qualquer estudo, esta pesquisa também foi passível de algumas limitações:

- Apenas mães aceitaram participar da pesquisa;
- Quantidade de pessoas entrevistadas devido à natureza da pesquisa;
- Como relatado pelas próprias mães, a pandemia da Covid-19 reduziu a quantidade de viagens que a família pretendia realizar;
- Em uma entrevista houve instabilidade na internet que ocasionou falha na fala, mas foi sinalizado e solicitado à entrevistada que, por favor, repetisse a informação. Sendo assim, foi preciso dispendir um tempo maior para realizar a transcrição, visto que alguns trechos precisaram ser escutados várias vezes;
- Duas entrevistadas se mostraram mais tímidas em alguns momentos, fato que acabou resultando em respostas rápidas e sem maior aprofundamento; mesmo com a pesquisadora fazendo perguntas adicionais visando estimular o discurso;
- Duas entrevistas foram realizadas com limitação de tempo das respondentes, visto que elas realizaram a entrevista durante um intervalo de almoço no trabalho;
- Por fim, em seis entrevistas os filhos estiveram presentes em alguns momentos, o que resultou em interrupções ocasionais. Em uma entrevista a filha apresentou estereotípias vocais, o que dificultou a concentração da mãe, bem como a transcrição da entrevista.

Contudo, mesmo diante das limitações apontadas, as mães entrevistadas se esforçaram para participar da pesquisa. Ademais, tais limitações estão dentro do esperado para a natureza desta pesquisa. Portanto, foi possível obter as respostas das questões norteadoras da pesquisa, não oferecendo qualquer prejuízo aos resultados.

A seguir, tem-se as sugestões para pesquisas futuras.

### **5.2 Sugestões para pesquisas futuras**

A pesquisa sobre experiências turísticas com pessoas autistas ainda é pouco explorada na literatura do comportamento do consumidor. Assim, sugere-se os seguintes tópicos para pesquisas futuras:

- Realizar a pesquisa com outros membros da família que realizam viagens junto com o familiar autista;
- Realizar uma pesquisa longitudinal acompanhando as experiências das famílias desde o momento de pré-consumo até o pós-consumo;
- Ampliar o *corpus* da pesquisa, incluindo os profissionais das empresas prestadoras de serviços turísticos;
- Ampliar o *corpus* da pesquisa, integrando as famílias que não realizam viagens turísticas, visando aprofundar o conhecimento sobre esse público e os fatores que os impossibilitam de ter essas experiências.
- Também, pode-se realizar a pesquisa com outros tipos de transtornos e deficiências para visibilizar a realidade de outros consumidores;

## REFERÊNCIAS

AGOVINO, M.; CASACCIA, M.; GAROFALO, A. MARCHESANO, K. Tourism and disability in Italy. Limits and opportunities. **Tourism management perspectives**, v. 23, p. 58-67, 2017.

AGUIAR, E. C. **Elementos sensoriais da atmosfera de serviços gastronômicos centrados na experiência e seus significados para o consumidor**. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Pernambuco, 2011.

ALMEIDA, M. L. **A escuta da família frente ao diagnóstico de autismo da criança - um estudo psicanalítico**. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade Federal de Uberlândia, 2017.

ALONSO, L. E. **La mirada cualitativa en sociología**. Madrid: Fundamentos, 1998.

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. **Autism spectrum disorder**. Disponível em: <https://www.apa.org/topics/autism-spectrum-disorder>. Acesso em: 30 mai. 2022.

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. **DSM-5: Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais**. Porto Alegre: Artmed Editora 2014.

ANAC. **Resolução nº 280, de 11 de julho de 2013**. Disponível em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2013/resolucao-no-280-de-11-07-2013>. Acesso em: 10 abr. 2023.

ANSARAH, M. G. R. **Turismo – como aprender, como ensinar**. 4 Ed. São Paulo: Editora Senac, 2009.

ARAÚJO, R. R.; SOUZA-SILVA, J. R.; D'ANTINO, M. E. F. Breve discussão sobre o impacto de se ter um irmão com transtorno do espectro o autismo. **Cadernos de Pós-graduação em Distúrbios do Desenvolvimento**, v. 12, n. 1, 2012.

ARNOULD, E. J.; PRICE, L.; ZINKHAN, G. M. **Consumers**. New York: McGraw-Hill, 2002.

ASPERGER, H. Die Autistischen Psychopathen im Kindesalter. **Archiv für Psychiatrie und Nervenkrankheiten**, v. 117, n. 1, p. 76-136, 1944.

BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (eds.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 204.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2004.

BARTHES, R. **Elements of Semiology**. Hill and Wang: New York, 1967.

BATES, E. A.; MCCANN, J. J.; KAYE, L. K.; TAYLOR, J. C. “Beyond words”: a researcher’s guide to using photo elicitation in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, v. 14, n. 4, p. 459-481, 2017.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BAUER, M. W.; AARTS, B. **A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2017.

BIDDULPH, R.; SCHEYVENS, R. Introducing inclusive tourism. **Tourism Geographies**, v. 20, n. 4, p. 583-588, 2018.

BOOTOMORE, T. **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

BORGMANN, A. The Moral Complexion of Consumption. **Journal of Consumer Research**, v. 26, n. 4, p. 418–422, mar. 2000.

BOSA, C. A. Autismo: intervenções psicoeducacionais. **Brazilian Journal of Psychiatry**, v. 28, p. s47-s53, 2006.

BRASIL. **Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/112764.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112764.htm). Acesso em: 02 maio de 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.977, de 8 de janeiro de 2020**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/113977.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/113977.htm). Acesso em: 10 abr. 2023.

BRASIL, V. Experiência de consumo: aspectos conceituais, abordagens metodológicas e agenda de pesquisa. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31., 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**, v. 21, n. 1, p. 97-116, 2000.

BUHALIS, D.; MICHPOULOU, E. Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. **Current Issues in Tourism**, v. 14, n. 2, p. 145-168, 2011.

BURRELL, G; MORGAN, G. Sociological paradigms and organizational analysis. **Elements of the sociology of corporate life**, 1979.

CABRAL, A. C. A. A análise do discurso como estratégia de pesquisa no campo da administração: uma visão global. **Contextus—Revista contemporânea de Economia e Gestão**, v. 3, n. 2, p. 59-67, 2005.

CARÙ, A.; COVA, B. **Consuming experience**. Routledge, 2007.

CARÙ, A.; COVA, B. Revisiting Consumption Experience: a more humble but complete view of the concept. **Marketing Theory**, v. 3, n. 2, p. 267-286, 2003.

CHANDRALAL, L.; VALENZUELA, F. R. Exploring memorable tourism experiences: Antecedents and behavioural outcomes. **Journal of Economics, Business and Management**, v. 1, n. 2, p. 177-181, 2013.

CHIAROTTI, F.; VENEROSI, A. Epidemiology of autism spectrum disorders: a review of worldwide prevalence estimates since 2014. **Brain sciences**, v. 10, n. 5, p. 274, 2020.

CHIAS, J. **Turismo o negócio da felicidade**: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Senac, 2007.

COHEN, E. Who is a tourist? A conceptual clarification. **The Sociological Review**, v. 22, n. 4, p. 527- 553, 1974.

CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa-: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. 3 ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

CRESWELL, J. W. **Qualitative inquiry and research design**: choosing among five approaches. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2007.

CROMPTON, J. L. Motivations for pleasure vacation. **Annals of tourism research**, v. 6, n. 4, p. 408-424, 1979.

DAMASCENA, E. O. **O gerenciamento de impressão e a vulnerabilidade do consumidor: um estudo acerca da interação entre a pessoa com deficiência e o ambiente de varejo**. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Pernambuco, 2017.

DANN, Graham MS. Anomie, ego-enhancement and tourism. **Annals of tourism research**, v. 4, n. 4, p. 184-194, 1977.

DANN, Graham MS. Tourist motivation an appraisal. **Annals of tourism research**, v. 8, n. 2, p. 187-219, 1981.

DARCY, S.; DICKSON, T. J. A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 16, n. 1, p. 32-44, 2009.

DARCY, S. Tourism patterns and experiences of New South Wales people with a physical disability. **CAUTHE**, p. 501, 1997.

DEMPSEY, Rhona et al. Air travel experiences of autistic children/young people. **Annals of Tourism Research Empirical Insights**, v. 2, n. 2, p. 100026, 2021.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of qualitative research**. Sage Publications, 4 Ed. Inc., 2011.

DEVILE, E. L. O desenvolvimento do Turismo Acessível: dos argumentos sociais aos argumentos de mercado. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 11, p. 39-46, 2009.

DOUGLAS, K. B. Seeing as Well as Hearing: Responses to the Use of an Alternative Form of

Data Representation in a Study of Students' Environmental Perceptions. **ASHE Annual Meeting Paper**, p. 24, 1998.

DUARTE, D.; BORDA, G.; MOURA, D.; SPEZIA, D. Turismo acessível no Brasil: um estudo exploratório sobre as políticas públicas e o processo de inclusão das pessoas com deficiência. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 9, n. 3, p. 537-553, 2015.

DUARTE, C. P.; SCHWARTZMAN, J. S.; MATSUMOTO, M. S.; BRUNONI, D. Diagnóstico e intervenção precoce no transtorno do espectro do autismo: Relato de um caso. In: CAMINHA, V. L.; HUGUENIN, J.; ASSIS, L. M.; ALVES (Org.). **Autismo: Vivências e Caminhos**, p. 45-56, 2016.

DUARTE, Paulo. Tourist experience: contemporary perspectives. **Journal of Heritage Tourism**, v.7, n.2 187–188, 2012.

FALABRETTI, E. A presença do Outro: Intersubjetividade no pensamento de Descartes e de Merleau-Ponty. **Revista de Filosofia Aurora**, v. 22, n.31, p. 515-541, 2010.

FÁVERO, M. Â. B.; SANTOS, M. A. Autismo infantil e estresse familiar: uma revisão sistemática da literatura. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 18, p. 358-369, 2005.

FERRAZ, M. S. **Fenomenologia e ontologia em Merleau-Ponty**. Campinas: Papyrus, 2009.

FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

FLICK, U. **Entrevista Episódica**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2017.

FOMBONNE, E. Epidemiology of pervasive developmental disorders. **Pediatric research**, v. 65, n. 6, p. 591-598, 2009.

FONSÊCA, F. R. B. **Amo Muito Tudo Isso: O relacionamento marca-consumidor sob o enfoque da fenomenologia clarificadora de Edmund Husserl**. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Pernambuco, 2004.

FREUND, D. et al. Enhancing the hospitality customer experience of families with children on the autism spectrum disorder. **International Journal of Tourism Research**, v. 21, n. 5, p. 606-614, 2019.

GILL, R. **Análise de discurso**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2017.

GILLOVIC, B.; MCINTOSH, A. Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. **Sustainability**, v. 12, n. 22, p. 9722, 2020.

GODOI, A. Refletindo sobre Critérios de Qualidade da Pesquisa Qualitativa. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 3, n. 2, p. 91- 105, 2005.

GOMES, P. *et al.* Autismo no Brasil, desafios familiares e estratégias de superação: revisão

sistemática. **Jornal de pediatria**, v. 91, p. 111-121, 2015.

GRAEBER, D. Consumption. **Current Anthropology**, vol. 52, no. 4, p. 489–511, 2011.

GUEDES, N. P. S.; TADA, I. N. C. A produção científica brasileira sobre autismo na psicologia e na educação. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 31, p. 303-309, 2015.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 8 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

HAMED, H. M. Tourism and autism: An initiative study for how travel companies can plan tourism trips for autistic people. **American Journal of Tourism Management**, v. 2, n. 1, p. 1-14, 2013.

HANNAM, K. Turismo e desenvolvimento II: destinos de marketing, experiências e crises. **Progresso em Estudos de Desenvolvimento**, v. 4, n. 3, p. 256-263, 2004.

HARPER, D. Meaning and work: A study in photo elicitation. **Current sociology**, v. 34, n. 3, p. 24-46, 1986.

HARPER, D. Talking about pictures: A case for photo elicitation. **Visual studies**, v. 17, n. 1, p. 13-26, 2002.

HEISLEY, D. D.; LEVY, S. J. Autodriving: A photoelicitation technique. **Journal of consumer Research**, v. 18, n. 3, p. 257-272, 1991.

HOLBROOK, M.; HIRSCHMAN, E. The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. **Journal of Consumer Research**, v. 9, p. 132-140, 1982.

JAIN, R.; AAGJA, J.; BAGDARE, S. Customer experience – a review and research agenda. **Journal of Service Theory and Practice**, v. 27, n. 3, p. 642-662, 2017.

JANG, S.; CAI, L. A. Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 13, n. 3, p. 111-133, 2002.

JONES, C. D.; HOLLENHORST, S. J.; PERNA, F. An empirical comparison of the four channel flow model and adventure experience paradigm. **Leisure Sciences**, v. 25, n. 1, p. 17-31, 2003.

KANNER, L. Autistic disturbances of affective contact. **Nervous Child**, v. 2, p. 217-250, 1943.

KIM, Jong-Hyeong. Os antecedentes de experiências turísticas memoráveis: O desenvolvimento de uma escala para medir os atributos do destino associados a experiências memoráveis. **Gestão do turismo**, v. 44, p. 34-45, 2014.

KINNEAR, D. *et al.* Relative influence of intellectual disabilities and autism on mental and general health in Scotland: a cross-sectional study of a whole country of 5.3 million children and adults. **BMJ open**, v. 9, n. 8, p. e029040, 2019.

KLIN, A. Autismo e síndrome de Asperger: uma visão geral. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 28, n. 1, p. 03-11, 2006.

KRUGER, G. R. **O efeito de um programa de exercício físico nos comportamentos de autoagressão, estereotípias e agressão, habilidades motoras e qualidade do sono de crianças com transtorno do espectro autista (TEA)**. Tese (Doutorado em Educação Física). Universidade Federal de Pelotas, 2019.

KUSHANO, E. S.; ALMEIDA, W. G. Inclusão social, cidadania e turismo—uma investigação sobre a existência de serviços adaptados às pessoas com necessidades especiais nos meios de hospedagem da região metropolitana de Curitiba. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 2, n. 4, p. 88-101, 2008.

LANIER JUNIOR, C. D.; RADER, C. S. **Consumption Experience: an Expanded View**, *Marketing Theory*, v. 15, n.4, p. 487-508, dez. 2015.

LAROCCA, M. T. G.; LADEIRA, R.; SILVA, A. L. L.; MELLO, R. C. Marketing de Experiência: um estudo dos aspectos conceituais. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 18, p. 781-793, 2020.

LARSEN, S. Aspects of a psychology of the tourist experience. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 7, n. 1, p. 7-18, 2007.

LEMON, K. N.; VERHOEF, P. C. Understanding customer experience throughout the customer journey. **Journal of marketing**, v. 80, n. 6, p. 69-96, 2016.

MADDUX, J. E. **Expectancies and the social-cognitive perspective**: basic principles, processes, and variables. In: I. Kirsch (Ed.), *How Expectancies Shape Experiences*. Washington DC: American Psychological Association, 1999.

MARTIN, P.; PRIEST, S. Understanding the adventure experience. **Journal of adventure education**, v. 3, n. 1, p. 18-21, 1986.

MARTINS J. **Um enfoque fenomenológico do currículo**: a educação como poíesis. São Paulo: Cortez, 1992.

MASINI, E. F. S. Enfoque fenomenológico de pesquisa em educação. In: FAZENDA, I. (Ed.) **Metodologia da pesquisa educacional**. São Paulo: Cortez, 1989.

MCCABE, S.; DIEKMANN, A. The rights to tourism: Reflections on social tourism and human rights. **Tourism Recreation Research**, v. 40, n. 2, p. 194-204, 2015.

MEDEIROS, S. A.; GOSLING, M.; VERA, L. A. R. Emoções em Experiências Negativas de Turismo: um estudo sobre a influência na insatisfação. **Revista Turismo Em Análise**, v. 26, n. 1, p. 188-215, 2015.

MENDONÇA, J. R. C.; BARBOSA, M. L. A.; DURÃO, A. F. Fotografias como um recurso de pesquisa em marketing: o uso de métodos visuais no estudo de organizações de serviços. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, p. 57-81, 2007.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da Percepção**. 2 Ed., São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research in practice: examples for discussion and analysis**. 1. ed. The Jossey-Bass higher and adult education series, 2002.

MICHOPOULOU, E.; DARCY, S.; AMBROSE, I.; BUHALIS, D. Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. **Journal of Tourism Futures**, 2015.

MORAL MORAL, M.; FERNÁNDEZ ALLES, M. Nuevas tendencias del marketing: el marketing experiencial. **Entelequia Revista Interdisciplinar**, n. 14, p. 237-251, 2012.

MOREIRA, D. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MOSSBERG, L. A marketing approach to the tourist experience. **Scandinavian journal of hospitality and tourism**, v. 7, n. 1, p. 59-74, 2007.

MOUSTAKAS, C. **Phenomenological Research Methods**. California: Sage Publications Inc., 1994.

OH, H.; FIORE, A. M.; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: tourism applications. **Journal of Travel Research**, n. 46, p. 119-32, nov. 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Accessible tourism**. 2021. Disponível em: <https://www.unwto.org/accessibility>. Acesso em: 07 jul. 2022.

PANOSSO NETTO, A. Filosofia del Turismo. Una propuesta epistemológica. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 16, p. 389–402, 2007.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2017.

PARDELHA, I. I. P. **Percepção e memória sensível em Maurice Merleau-Ponty**. Dissertação (Mestrado em Filosofia). Universidade de Lisboa, 2007.

PATTON, M. Q. **Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice**. 4 ed. Sage Publications, 2015.

PEREIRA, M. L.S.; HOR-MEYLL, L. F. Nostalgia de experiências memoráveis e a revisita a locais de turismo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 16, n. 4, p. 535-548, 2017.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy: work is theatre & every business a stage**. Harvard Business Press, 1999.

POCOCK, N. Emotional entanglements in tourism research. **Annals of Tourism Research**, v. 53, p. 31–45, 2015.

POLKINGHORNE, D. E. Phenomenological research methods. In: **Existential-phenomenological perspectives in psychology**. Springer, Boston, MA, p. 41-60, 1989.

POULSSON, S. H. G; KALE, S. H. The experience economy and commercial experiences. **The marketing review**, v. 4, n. 3, p. 267-277, 2004.

PRITCHARD, A.; MORGAN, N.; ATELJEVIC, I. Hopeful tourism: A new transformative perspective. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 3, p. 941-963, 2011.

QUAN, S.; WANG, N. Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. **Tourism management**, v. 25, n. 3, p. 297-305, 2004.

QUINLAN-CUTLER, S.; CARMICHAEL, B. The Dimensions of Customer Experience. In: MORGAN, M.; LUGOSI, P., RITCHIE, B. (Ed.). **The Tourism in Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives**. Bristol: Aspects of Tourism, 2010. p. 3–26.

RITCHIE, J. R. B.; HUDSON, S. Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. **International Journal of Tourism Research**, v. 126, p. 111–126, 2009.

ROCHA, C. C.; SOUZA, S.; COSTA, A. F.; PORTES, J. R. O perfil da população infantil com suspeita de diagnóstico de transtorno do espectro autista atendida por um Centro Especializado em Reabilitação de uma cidade do Sul do Brasil. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 29, p. e290412, 2019.

ROSE, G. **Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials**. 4 ed. London: Sage, 2016.

RUTTER, M. Diagnosis and definition of childhood autism. **Journal of autism and childhood schizophrenia**, v. 8, n. 2, p. 139-161, 1978.

SANTAELLA, L. **Percepção: fenomenologia, ecologia, semiótica**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SARAIVA, L.; EUSÉBIO, C. Are tourist entertainment companies prepared to work with people with disabilities? The case of Portugal. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 33, p. 121-135, 2020.

SCHMITT, Bernd et al. Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. **Foundations and Trends in Marketing**, v. 5, n. 2, p. 55-112, 2010.

SCHMITT, B. Experiential Marketing. **Journal of Marketing Management**. v. 15, p. 53-67, 1999.

SCHMITT, B. **Marketing Experimental**. São Paulo: Nobel, 2002.

SCUSSEL, F. B. C.; FOGAÇA, N.; DEMO, G. Experiência de consumo: proposta de um conceito unificador. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 20, n. 1, p. 175-198, 2021.

SEDGLEY, D.; PRITCHARD, A.; MORGAN, N.; HANNA P. Turismo e autismo: Jornadas de emoções mistas. **Annals of Tourism Research**, v. 66, p. 14-25, 2017.

SEMENSATO, M. R. **Elaboração do diagnóstico de autismo do filho: indicativos de**

**resiliência parental.** Tese (Doutorado em Psicologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

SHAW, D. A new look at an old research method: photo-elicitation. **Tesol Journal**, v. 4, n. 4, p. 785-799, 2013.

SISTO, R.; CAPPELLETTI G.M.; BIANCHI P.; SICA E. Sustainable and accessible tourism in natural areas: a participatory approach. **Current Issues in Tourism**, p. 1-18, 2021.

SILVA JÚNIOR, O. G. **Os elementos da prática no consumo de lazer em famílias com pessoas com autismo no Agreste de Pernambuco.** Dissertação (Mestrado em Gestão, Inovação e Consumo). Universidade Federal de Pernambuco, 2021.

SIRAKAYA, E.; WOODSIDE, A. G. Building and testing theories of decision making by travellers. **Tourism management**, v. 26, n. 6, p. 815-832, 2005.

SOUSA, H. M. **Discurso direto e indireto: construção de sentido nos fóruns em educação a distância.** Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal da Paraíba, 2014.

SOUZA JÚNIOR, J. P. **Viajando pela experiência do FIG - Festival de Inverno de Garanhuns: um estudo sob a perspectiva da Fenomenologia de Maurice Merleau-Ponty.** Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

SOUZA JÚNIOR, J. P.; BARBOSA, M. L. A.; DAMASCENA, E. O. Percebo, logo Consumo! A Fenomenologia da Percepção como Alternativa para o Estudo do Comportamento do Consumidor. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 5, 2014. **Anais...** Rio Grande do Sul: Anpad, 2014.

STERNBERG, E. The Iconography of the Tourism Experience. **Annals of Tourism Research**, 24 (4): 951-69, 1997.

TASCHNER, G. Cultura do consumo, cidadania e movimentos sociais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 46, n. 1, p. 47-52, 2010.

TEIXEIRA, P.; EUSÉBIO, C.; TEIXEIRA, L. How diverse is hotel website accessibility? A study in the central region of Portugal using web diagnostic tools. **Tourism and Hospitality Research**, v. 22, n. 2, p. 180-195, 2022.

TIMO, A. L. R.; MAIA, N. V. R.; RIBEIRO, P. C. Déficit de imitação e autismo: Uma revisão. **Psicologia USP**, v. 22, p. 833-850, 2011.

TUNG, V. W. S.; RITCHIE, J. R. B. Exploring the essence of memorable tourism experiences. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1367-1386, 2011.

TRIGO, L. G. G. **A viagem como experiência significativa.** São Paulo: ALEPH, 2010.

TYNAN, C.; MCKECHNIE, S. Marketing de experiência: uma revisão e reavaliação. **Revista de Gestão de Marketing**, v. 25, n. 5-6, p. 501-517, 2009.

- URRY, John. **O olhar do Turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. 3 ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001.
- VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.
- VAN MANEN, M. **Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy**. New York: State University of New York Press, 1990.
- VERGARA S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- WALLE, A. H. Pursuing risk or insight: Marketing adventures. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 2, p. 265-282, 1997.
- WALLS, A. R. et al. An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, v. 30, n. 1, p. 10–21, 2011.
- WITKOWSKI, T. H; JONES, D.G. B. Qualitative historical research in marketing. **Handbook of Qualitative Methods in Marketing**. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc., p. 70–81, 2006.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. 2022. **Austism**. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>. Acesso em: 20 mai. 2022.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Turismo e Empregos: Um futuro melhor para todos**. 2019. Disponível em: <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2019>. Acesso em: 29 jun. 2022.
- XU, J. B. Perceptions of tourism products. **Tourism Management**. p. 607-610, 2009.

**APÊNDICE A - PESQUISAS CONSIDERANDO A PALAVRA-CHAVE “TOURIST EXPERIENCE”**

<b>Ano</b>	<b>Autores</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Periódico</b>
2021	Gillovic B., McIntosh A., Cockburn-Wootten C., Darcy S.	Experiences of tourists with intellectual disabilities: A phenomenological approach	Explorar maneiras pelas quais adultos com deficiência intelectual vivenciam o turismo.	Journal of Hospitality and Tourism Management
2021	Rubio-Escuderos L., García-Andreu H., Michopoulou E., Buhalis D.	Perspectives on experiences of tourists with disabilities: implications for their daily lives and for the tourist industry	Compreender como as pessoas com deficiência (PcDs) interpretam as dimensões que consideram importantes quando estão de férias, tornando possível identificar e eliminar barreiras à realização de férias e melhorar a satisfação do cliente.	Tourism Recreation Research
2020	Maffi L., Fagnani M.L.	Tourism, disability and inclusion in twentieth century Italy: summer camps for young the blind, mutilated and those with polio	Destacar a experiência italiana, ao traçar a evolução da inclusão de pessoas com deficiência no turismo desde o período após a Segunda Guerra Mundial até meados da década de 1970.	Journal of Tourism History
2020	Alves J.P., Eusébio C., Saraiva L., Teixeira L.	“Quero ir, mas tenho que ficar”: Constrangimentos às práticas turísticas do mercado de turismo acessível em Portugal	Conhecer e analisar os constrangimentos que estão na origem da ausência de participação em atividades turísticas de pessoas com necessidades especiais, que integram o mercado do turismo acessível, em Portugal.	Journal of Tourism and Development
2018	McKercher B., Darcy S.	Re-conceptualizing barriers to travel by people with disabilities	Reconhecer que a natureza e a variedade de barreiras que afetam a participação no turismo entre pessoas com deficiência são muito mais sutis e complexas do que muitas vezes retratadas.	Tourism Management Perspectives
2012	Small J., Darcy S., Packer T.	The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze	Investigar a experiência turística de pessoas com deficiência visual.	Tourism Management
1987	Smith R.W.	Leisure of disable tourists. Barriers to participation	Examinar as barreiras que afetam desproporcionalmente os turistas com deficiência.	Annals of Tourism Research

## APÊNDICE B - PESQUISAS CONSIDERANDO A PALAVRA-CHAVE “AUTISM”

<b>Ano</b>	<b>Autores</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Periódico</b>
2021	Dempsey R., Healy O., Lundy E., Banks J., Lawler M.	Air travel experiences of autistic children/young people	Identificar os estressores percebidos nas famílias de pessoas autistas em suas experiências de viagens aéreas.	Annals of Tourism Research Empirical Insights
2019	Freund D., Cerdan C.M., Hernandez-Maskivker G., Guix M., Iñesta A., Castelló M.	Enhancing the hospitality customer experience of families with children on the autism spectrum disorder	Examinar a intenção de viajar para acomodações acessíveis por famílias de crianças diagnosticadas com transtorno do espectro autista (TEA).	International Journal of Tourism Research
2017	Sedgley D., Pritchard A., Morgan N., Hanna P.	Tourism and autism: Journeys of mixed emoticons	Compreender as emoções vividas por mães de crianças autistas nas experiências de férias em família.	Annals of Tourism Research

## APÊNDICE C – GUIA DE ENTREVISTA

### **Fase 1: Preparação da entrevista**

Ter como base um guia de entrevista destinado a orientar o entrevistador para as áreas específicas onde se buscam narrativas e respostas.

#### 1. Conversa inicial:

Agradecimento pela participação.

Pesquisa sobre experiência turística de famílias com pessoas autistas, mestrado PPAC-UFC.

Anonimato.

Gravação.

Para iniciar a pesquisa é preciso que o entrevistado concorde e assine o termo de consentimento livre e esclarecido.

#### 2. Identificação do entrevistado:

Nome:

Idade:

Sexo:

Estado civil:

Nível de escolaridade:

Ocupação:

Renda familiar mensal:

Local onde reside:

Quantidade de pessoas que moram na casa:

Quantidade de filhos:

Duração médias das viagens:

#### 3. Informações sobre o(s) filho(s) autista:

Idade:

Sexo:

Nível de gravidade:

### **Fase 2: Introduzindo a lógica da entrevista**

### **Fase 3: A concepção do entrevistado sobre o tema**

### **Fase 4: O sentido que o assunto tem para a vida cotidiano do entrevistado**

### **Fase 5: Enfocando as partes centrais do tema em estudo**

Escolha do destino turístico.

Expectativas.

Emoções.

Percepções

Recordações.

**Fase 6: Tópicos gerais mais relevantes**

Compreensão e significado das experiências turísticas.

- **Etapa da entrevista com base nas fotos selecionadas pelos participantes**

**Fase 7: Avaliação e conversa informal**

Avaliação por parte do entrevistado: algo que não apareceu no roteiro ou comentário adicional.

Conversa informal.

Realizar os devidos agradecimentos ao entrevistado.

**Fase 8: Documentação**

Preenchimento da folha de documentação imediatamente depois da entrevista.

**Fase 9: Análise das entrevistas episódicas**

**APÊNDICE D – FOLHA DE DOCUMENTAÇÃO DAS ENTREVISTAS****Entrevista número:****Data da entrevista:****Identificação do entrevistado:**

Nome:

Idade:

Sexo:

Estado civil:

Nível de escolaridade:

Ocupação:

Renda familiar mensal:

Local onde reside:

Quantidade de pessoas que moram na casa:

Quantidade de filhos:

**Informações sobre o(s) filho(s) autista:**

Idade:

Sexo:

Nível de gravidade:

**Informações sobre a viagem:**

Destino turístico:

Distância da residência:

Duração médias das viagens:

**Informações sobre a entrevista:**

Horário:

Duração:

**Impressões da entrevistadora:**

**APÊNDICE E – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO****UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E  
CONTROLADORIA****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Declaro, por meio deste termo, que concordo em ser entrevistado (a) na pesquisa sobre EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS DE FAMÍLIAS COM PESSOAS AUTISTAS. O estudo tem como pesquisadora responsável a aluna de Pós-graduação Monica Santos Barbosa Amaral, do curso de Mestrado em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará, que pode ser contatada pelo e-mail monicasantos.barbosa@alu.ufc.br. Fui informado (a), ainda, que a pesquisa é orientada pelo Dr. Francisco Vicente Sales Melo, professor do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.

Como participante da pesquisa, concordo em ser entrevistado (a), permitindo o registro escrito e a gravação das entrevistas que serão transcritas. Também, concordo em fornecer algumas fotografias das viagens turísticas realizadas e autorizo a utilização das fotografias (sem identificação, os rostos serão borrados) fornecidas no documento final. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que os dados obtidos a serem utilizados na pesquisa terão o anonimato da (o) participante preservado, assegurando assim minha privacidade.

Além disso, sei que tenho a liberdade de deixar de responder a qualquer questão ou pergunta, assim como recusar, a qualquer tempo, participar da pesquisa, interrompendo minha participação, temporária ou definitivamente e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.

---

Assinatura

---

Data

**APÊNDICE F – DIRETRIZES PARA COLETA DE IMAGENS****UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E  
CONTROLADORIA****DIRETRIZES PARA COLETA DE IMAGENS**

Prezado (a) \_\_\_\_\_,

Primeiramente, agradecemos a sua colaboração em nosso estudo. A pesquisa visa contribuir para uma melhor compreensão do comportamento de consumo de experiências turísticas de famílias com pessoas autistas. Sua participação é muito importante para a concretização e sucesso desta pesquisa.

Para a nossa conversa a ser realizada no dia \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, solicito, por gentileza, que escolha imagens de viagens turísticas realizadas com seu filho (ou filha).

Sendo assim:

- As imagens podem ser fotografias tiradas por você, ou que você possua;
- Quantidade de fotos conforme desejar;
- Antes da nossa entrevista, entrarei em contato para solicitar as imagens, pois elas serão compartilhadas no *Google meet* durante a entrevista.

Em caso de dúvidas, entre em contato comigo:

E-mail: [monicasantos.barbosa@alu.ufc.br](mailto:monicasantos.barbosa@alu.ufc.br)

Celular: (85) 98963-8382 / (24) 99228-6125

Obrigada!