

Transformative Consumer Research (TCR): o que já se Discutiui nas Produções Acadêmicas Nacionais e Internacionais?

Autoria

Gustavo Tomaz de Almeida - gustavo.almeida@uemg.br

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/PUC Minas - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Bruno Medeiros Ássimos - bruno.assimos@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/PUC Minas - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Georgiana Luna Batinga - georgianaluna@yahoo.com.br

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/PUC Minas - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Marcelo de Rezende Pinto - marcrez@hotmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/PUC Minas - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Agradecimentos

Os autores agradecem o apoio da Association for Consumer Research - ACR por meio da TCR Grants 2016.

Resumo

Em 2018, completam-se 13 anos que o termo TCR foi apresentado para acadêmicos de Marketing. Neste contexto, o objetivo deste ensaio teórico é indicar em que ponto avançaram as produções nacionais e internacionais que fizeram uso da TCR, de 2005 até fevereiro de 2018. Nessa tarefa, recorreremos as produções nacionais (em periódicos e nos congressos EnANPAD, SEMEAD, EMA, ENEC, ESPM e AdCONT; além de teses e dissertações), bem como as internacionais (congresso bianual da TCR e artigos disponíveis na Springer Link, SAGE, Elsevier, Emerald Insight; Taylor & Francis; Portal de Periódicos CAPES e EBSCO). Como principais resultados, encontramos 42 produções nacionais, embora mais de ¼ tenha a mesma pesquisadora como primeira autora e 21 trabalhos concentram-se na pessoa com deficiência. Opostamente, a produção internacional percebe outros públicos vulneráveis, o que abre espaço para investigações futuras. Como contribuições, mapear o campo pode ajudar os pesquisadores brasileiros a consolidarem a abordagem transformativa.

Transformative Consumer Research (TCR): o que já se Discutiú nas Produções Acadêmicas Nacionais e Internacionais?

Resumo

Em 2018, completam-se 13 anos que o termo TCR foi apresentado para acadêmicos de Marketing. Neste contexto, o objetivo deste ensaio teórico é indicar em que ponto avançaram as produções nacionais e internacionais que fizeram uso da TCR, de 2005 até fevereiro de 2018. Nessa tarefa, recorreremos as produções nacionais (em periódicos e nos congressos EnANPAD, SEMEAD, EMA, ENEC, ESPM e AdCONT; além de teses e dissertações), bem como as internacionais (congresso bianual da TCR e artigos disponíveis na Springer Link, SAGE, Elsevier, Emerald Insight; Taylor & Francis; Portal de Periódicos CAPES e EBSCO). Como principais resultados, encontramos 42 produções nacionais, embora mais de ¼ tenha a mesma pesquisadora como primeira autora e 21 trabalhos concentram-se na pessoa com deficiência. Opostamente, a produção internacional percebe outros públicos vulneráveis, o que abre espaço para investigações futuras. Como contribuições, mapear o campo pode ajudar os pesquisadores brasileiros a consolidarem a abordagem transformativa.

Palavras-chave: TCR; Transformative Consumer; Pesquisa Transformativa do Consumidor.

Introdução

A Transformative Consumer Research (TCR) é um movimento acadêmico ou abordagem de pesquisas que visam promover o bem-estar dos consumidores considerados vulneráveis (Mick, Pettigrew, Pechmann, & Ozanne, 2012). Desde a primeira vez que o presidente da Association for Consumer Research (ACR) a mencionou em seu discurso oficial - em 2005, ela tem interessado pesquisadores de diferentes continentes. Até o ano de 2015, por exemplo, a estimativa é que haviam ao redor do mundo mais de 100 trabalhos publicados em periódicos utilizando a TCR (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Nas pesquisas realizadas no Brasil, um trabalho anterior aponta para existência de 15 publicações envolvendo a TCR até junho de 2016, entre congressos, periódicos, teses e dissertações (Pinto, Batinga, Ássimos, & Almeida, 2016).

Contudo, não encontramos investigações que tenham tratado os avanços da TCR, analisando em uma discussão as produções nacionais e internacionais em periódicos e congressos. Os trabalhos mais próximos, não incluem a produção internacional (Pinto, Batinga, Ássimos, & Almeida, 2016) ou focam mais nos anais dos congressos bienais da TCR (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Diante desse “*gap teórico*”, esse ensaio tem como objetivo indicar em que ponto avançaram as produções nacionais e internacionais que fizeram uso da TCR, de 2005 até fevereiro de 2018. Quando nos referirmos ao termo “*avanço*”, a ideia é ressaltar os temas mais debatidos, proposições que emergiram; temas eleitos como centrais; dentre outros.

Em termos metodológicos, o trabalho foi organizado a partir da revisão de literatura, do tipo narrativa, tendo como etapa principal o levantamento bibliográfico. Nesta fase, por meio do mapeamento, consideramos para as produções nacionais, os artigos completos publicados em periódicos ou em Congressos (encontramos pesquisas no EnANPAD, SEMEAD, EMA, ENEC, Congresso ESPM e AdCONT), além de teses e dissertações defendidas e cujo arquivo completo estava acessível para consulta pública. Por sua vez, buscamos as produções internacionais nas bases onde geralmente estão disponíveis alguns dos periódicos com maior fator de impacto (Springer Link, SAGE, Elsevier, Emerald Insight; Taylor & Francis; Portal de Periódicos CAPES e EBSCO); bem como os anais dos congressos bianuais da TCR. O critério de seleção ocorreu pela procura de artigos científicos, buscando nos campos palavras-chave, resumo e título, termos como: TCR; transformative;

transformativo e suas variações. Havendo dúvidas sobre o emprego da abordagem, foi feita a leitura da introdução e metodologia do trabalho. Foram excluídos da coleta, os trabalhos que mencionavam que o resultado da pesquisa tem relação, implicação ou inspiração da TCR, já que a abordagem não é central, nesse caso.

Finalmente, em termos de contribuição teórica, esperamos apontar não só os avanços, mas as críticas feitas a abordagem transformativa, ao mesmo tempo em que indicamos proposições para trabalhos futuros. Ainda em relação a justificativa, carecem novas pesquisas que ajudem teoricamente a potencializar a perspectiva transformativa, já que os avanços de Marketing são fracos quando comparados ao bem-estar promovido por meio das pesquisas das áreas da medicina, enfermagem, terapia ocupacional e outras (Burroughs & Rindfleisch, 2012).

Breve evolução da TCR como movimento de pesquisa

A proposta de *transformative research* foi iniciada por Mertens (2007), principalmente em estudos da área de educação. A TCR propriamente dita, embora mencionada em 2005 por David Mick, só se consolidou como um movimento acadêmico organizado no ano de 2007, por intermédio de um comitê consultivo que lidera iniciativas de desenvolvimento institucional (Mick et al., 2012). Também em 2007 ocorreu a primeira Conferência da TCR, contando com 100 participantes, incluindo o professor Belk. Fruto desse encontro, o *Journal of Consumer Research* – JCR publicou em 2008 uma edição especial sobre bem-estar, ajudando a fortalecer a abordagem (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Em 2011, a conferência já contava com trabalhos de pesquisadores de 16 países (Davis & Pechmann, 2013). No ano seguinte, foi publicado o primeiro livro com contribuições teórico-empíricas, organizado pelos autores considerados referência na TCR, são eles: o próprio David Mick com a Simone Pettigrew, Cornelia Pechmann e Julie Ozanne (Mick et al., 2012).

Embora existam evoluções substanciais ao longo desses anos, permanece a mesma diretriz da TCR: privilegiar o bem-estar individual e/ou coletivo dos atingidos por demandas, potencialidades e efeitos do consumo. Conserva-se também a busca por caminhos que beneficiem socialmente os não acadêmicos, contribuindo ao mesmo tempo, com o desenvolvimento conceitual para os acadêmicos (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Por fim, seu argumento central continua declarando que as facetas do mercado modificam positiva e negativamente a percepção de bem-estar geral do consumidor (satisfação com a vida, qualidade de vida percebida e felicidade) e/ou o bem-estar dos consumidores - indicadores de bem-estar econômico, social e ambiental (Mick et al., 2012).

Evolução da produção nacional e internacional que emprega a TCR

No período de 2005 até fevereiro de 2018, encontramos 42 publicações nacionais que assumem a TCR como abordagem principal da pesquisa. A primeira, está disponível nos anais do EMA de 2008, com a proposta de discutir o consumo e sua relação com o comportamento pró-ambiental. O termo TCR é citado somente na introdução, convocando a comunidade acadêmica a utilizar a perspectiva (Gonçalves-Dias, 2008). Em periódicos nacionais, a primeira publicação surge na Revista de Administração FACES Journal da FUMEC (Faria & Silva, 2011), tendo como primeira autora a professora Marina Dias de Faria, vinculada a UNIRIO e UFRJ. Ela também é a primeira autora do trabalho mais recente que emprega a TCR, publicado pela Revista Eletrônica Gestão & Sociedade/UFGM (Faria, Casotti, & Carvalho, 2017). Também é de sua autoria a primeira tese de Doutorado defendida no Brasil que utiliza a TCR (Faria, 2015). Em termos de frequência de publicações, ela é responsável por mais de ¼ de toda produção em discussão, com pelo menos 11 trabalhos em periódicos e congressos que assumem explicitamente a TCR como abordagem de pesquisa. Suas

investigações geralmente focalizam o consumidor com algum tipo de deficiência, que é o participante mais frequente em 21 das produções transformativas nacionais (Tabela 1).

Tabela 1 – Temas atrelados a TCR nas pesquisas transformativas nacionais, de 2005 a fevereiro de 2018:

Assunto	Frequência	Assunto	Frequência	Assunto	Frequência
Deficiência motora	8	Deficiência física	2	Materialismo	1
Deficiência visual	7	Turismo	3	Meio ambiente	1
Ensaio teórico	6	Crédito	2	Publicidade abusiva	1
Bem-estar alimentar	5	Cigarro	1	Total	42
Deficiência mental	4	Consumo Infantil	1		

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Ao analisar esses trabalhos, nota-se o quanto a TCR ainda fica restrita aos acadêmicos de Administração, o que entra em desacordo com uma de suas diretrizes, que busca envolver uma equipe de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, para aumentar as chances de compreender o problema em sua complexidade (Crockett et al., 2013). A única pesquisa desenvolvida fora do campo do Marketing é a dissertação de Souza (2013), do programa de Psicologia da UNB, avaliando o uso do crédito pelo consumidor à luz da TCR. Outro ponto a destacar é o uso da *Transformative Service Research*, de certa forma uma subdivisão da TCR, que trabalha especificamente com o consumo de serviços. Nesse caso, encontramos trabalhos que apontam que a transformação não é apenas para os participantes vulneráveis, mas estende-se ao pesquisador envolvido (Almeida & Casotti, 2015; 2016).

Em termos de pares acadêmicos, quem utiliza a TCR, geralmente se vincula ou vinculou como discente de programas de pós-graduação stricto sensu em Administração de instituições como a UFRJ, sob orientação da professora Letícia Casotti – por exemplo em Almeida e Casotti (2016); ou da PUC Minas, sob orientação do professor Marcelo de Rezende Pinto – como em Ássimos et al. (2017); ou ainda da UFPB, sob a orientação do professor Nelsio Rodrigues de Abreu, por exemplo, em Mano, Silva e Abreu (2015). Para essa afirmação, considerou-se como critério a frequência de trabalhos publicados por alunos e ex-alunos. Contudo, as duas únicas teses de doutorado defendidas no Brasil que utilizaram a TCR e estão disponíveis para consulta pública eletrônica, são concentradas apenas na UFRJ, estudando, respectivamente, o consumidor com síndrome de down e a transformação por meio do turismo voluntário (Faria, 2015; Almeida, 2016). As dissertações de mestrado defendidas na perspectiva transformativa estão vinculadas a UFPB e UFPE (duas em cada instituição e com foco na pessoa com deficiência, como em Mano (2014) e Barbosa (2014)); além de uma da UNB e outra a FEA/USP, esta última sob orientação da professora Ana Akemi Ikeda e investigando as motivações para a escolha de alimentos saudáveis (Rodrigues, 2016).

Em termos de aceite de trabalhos transformativos, 16 dos 42 trabalhos estão publicados em congressos, sendo 5 no SEMEAD. Destes, três discorreram sobre a deficiência motora em diferentes situações, como o consumo em hipermercados (Mano & Silva, 2015); a relação com a identidade deste consumidor (Mano, Silva, & Abreu, 2015) e os serviços de hotelaria (Silva, Mano, & Baldanza, 2015). Os demais tratam a relação entre mulheres materialistas e a TCR (Coelho, Nascimento, Oliveira, & Nascimento, 2015) e a importância dos pais na alfabetização alimentar das crianças e adolescentes (Chaim, Rocha, & Toledo, 2017). Os demais, estão distribuídos entre o ADCONT, EMA e EnANPAD, com 3 trabalhos em cada evento, com temas variados, como a violência financeira ao consumidor idoso de baixa renda (Almeida, Batinga, Ássimos, & Pinto, 2017) ou o consumo de serviços de beleza por pessoas com deficiência visual (Batinga, Correa, & Pinto, 2016). Os dois trabalhos restantes, discorrem sobre o bem-estar alimentar; sendo que o primeiro – publicado no

Congresso da ESPM, investiga a relação de crianças e adolescentes com os alimentos no recreio (Rocha & Chaim, 2016); enquanto o outro propõe a tecnologia social para redução da insuficiência alimentar (Almeida et al., 2016).

Adiante, encontramos 18 publicações em periódicos que utilizaram a TCR. As revistas que mais aceitaram artigos estão classificadas no Qualis B2, totalizando 44,44%, como nas Revistas Economia & Gestão/PUC Minas (com 2 trabalhos); Gestão.org/UFPE; RCA/UNIFOR; Faces Journal/FUMEC; Gestão e Sociedade/UFMG; Administração/UNIMEP e Gestão organizacional/UNOCHAPECÓ. Na sequência, a CBR/UFPE possui uma edição especial, com 5 trabalhos que explicitam o uso da TCR no resumo. Este periódico não possui classificação no Qualis Capes, pois a primeira edição da revista ocorreu em 2017. Em complemento, há dois trabalhos publicados em revistas B1, um na REMARK, discutindo o bem-estar alimentar de crianças e adolescentes (Rocha, Chaim, & Veloso, 2017) e outro na Revista Turismo em Análise/USP, debatendo a deficiência visual em contexto do lazer turístico (Faria & Motta, 2012). Localizamos somente uma publicação em periódico A2 (O&S/UFBA), que reflete sobre os estereótipos nas telenovelas sobre o consumidor com deficiência motora (Faria & Casotti, 2014). O restante dos trabalhos, estão publicados, respectivamente, na Desenvolve/ Unilasalle (B3) - identificando e explorando as diferentes facetas da 'barreira do ter' para os consumidores com Síndrome de Down (Faria & Casotti, 2017); bem como na RIMAR/UEM (B4), apontando reflexões, diretrizes e uma agenda de pesquisas (Pinto, Batinga, Ássimos, & Almeida, 2016).

Em suma, a produção nacional que empregou a TCR, está dividida em 16 artigos de Congresso, 18 publicações em periódicos, 6 dissertações e 2 teses defendidas. Em termos cronológicos, até 2014 haviam 9 trabalhos disponíveis para consulta, evoluindo para 10 pesquisas adicionais em 2015, 12 em 2016 e 11 em 2017. Nesse último ano, duas discussões entram na pauta: as denúncias em relação a publicidade comercial (Bevilacqua & Medeiros, 2017) e a análise das atitudes apresentadas por jovens frente à inserção de cigarros em vídeos (Damascena & Arruda, 2017). Observa-se, então, que a produção nacional tem focado bem mais no consumidor com algum tipo de deficiência, com trabalhos isolados sobre outros tipos de participantes. Essa constatação é preocupante, quando percebemos a pluralidade de temas estudados no contexto internacional e organizados na Figura 1.

Figura 1 – Publicações em periódicos internacionais que assumem a TCR como abordagem teórico e ou metodológica, de 2005 a fevereiro de 2018:

Base	Frequência	Período	Discussões ligadas a TCR e:
Springer Link	5	2008-2017	1) Teóricas: Resenha do livro sobre a TCR. Revisão teórica de vulnerabilidades causadas por práticas enganosas de marketing. 2) Empíricas: Medida para captar o bem-estar dos idosos com os estabelecimentos de varejo locais. Vulnerabilidade alimentar. Pobreza.
SAGE	12	2008-2017	1) Teóricas: Vulnerabilidade alimentar. Marketing social e psicologia do consumidor. Macromarketing, agência dos consumidores, desigualdades de poder e ética. Identidade étnica, migração e bem-estar individual e coletivo. Diferenças e semelhanças das pesquisas que estudam o bem-estar a partir do francês - <i>consumer bien-être (BEC)</i> – comparadas com os trabalhos em língua inglesa, onde se localizam no rótulo TCR. Potencial do uso de vídeos e documentários como método de coleta. Resenha criticando o livro sobre a TCR. Potencial de uso em programas de doutorado. 2) Empírica: Caso de ensino de inclusão da TCR como conteúdo na graduação.
Elsevier	6	2013-2015	1) Teóricas: Como fortalecer a TCR. Agenda de pesquisas. Pesquisa de serviços transformadores. 2) Empíricas: Jogos de Azar. Relações entre materialismo, estilos de vida anticonsumo, endividamento e saldos bancários. Pobreza.

Emerald Insight	2	2011-2015	1) Teórica: Potencialidade entre TCR e Marketing Social. 2) Empírica: Obesidade.
Taylor & Francis	10	2008-2015	1) Teóricas: Interseccionalidade, que se refere no estudo à interatividade de identidades sociais, como raça, classe e gênero, na formação das experiências de consumo e promoção de vulnerabilidades relacionadas a baixa renda, doença e status de imigrante. Representação social da pobreza na cultura de consumo. Críticas sobre o discurso do Marketing Social vinculado a TCR e proposição da <i>Critical Transformative Marketing Research</i> (aliando neoliberalismo, intolerância crítica e marketing crítico), entendendo que focalizar apenas o consumidor é silenciar as outras vozes do mercado que também são vulneráveis. Risco por forças internas e externas a família que influenciam o bem-estar daqueles que compõem esse grupo e o papel que ela desempenha sobre o consumo e que o consumo exerce sobre a família. Papel da etnia no consumo. 2) Empíricas: Uso do CRM para o bem-estar do cliente. Comércio de vida selvagem – formas de mudar o comportamento do consumidor de chifre de rinoceronte comercializado ilegalmente como elixir. Vulnerabilidade do consumidor com alguma deficiência no uso da internet para compras de supermercado. Gays como consumidores vulneráveis e a (des) construção de fronteiras de significados simbólicos.
Portal de Periódicos Capes (além das citadas acima)	22	2008-2016	1) Teóricas: Apontam para a pouca literatura. Propõem agenda de pesquisas. Relaciona ao Macromarketing. Potencial do uso de vídeos e documentários como método de coleta. 2) Empíricas: Consumo colaborativo. Desconfiança dos consumidores quanto à capacidade do marketing para melhorar o bem-estar social. A transformação do pesquisador durante o processo em campo. Ações disfuncionais do consumidor que dificultam relacionamentos positivos das organizações com os consumidores. Caso de ensino de inclusão da TCR como conteúdo na graduação.
EBSCO (publicados em periódicos e anais de Congresso, fora as citadas acima)	74	2006-2018	1) Teóricas: Passos para elaboração de um estudo a partir da TCR. Comportamento de consumo moral, estilos de vida e hábitos (exemplo: desperdício, excesso, poluição, autenticidade e discriminação). Desigualdade de gênero. Consumo responsável e cultura financeira. O papel positivo da educação no comportamento financeiro do consumidor. 2) Empíricas: Insuficiência alimentar. Anti-tabaco. Jovens como vulneráveis. A indústria de grandes filmes produzindo colapsos a partir dos modismos (comprar o livro, o ingresso do filme e os produtos associados a ele). Tomada de decisão em agregados familiares pobres. O papel positivo das emoções nas narrativas de pacientes cronicamente doentes. Desumanização em presídios de segurança máxima e implicações para TCR. Obesidade. Alcoolismo. Doação de órgãos do cadáver.

Fonte: Pesquisa realizada nos trabalhos indexados nessas plataformas (2018)

Ainda em relação ao contexto internacional, os congressos bianuais da TCR trazem outros assuntos que não constam nos periódicos internacionais, como se pode notar na Figura 2.

Figura 2 – Faixas de grupos temáticos nas conferências TCR, 2009-2017

Ano	Grupos temáticos
2009	Comida. Sustentabilidade. Pobreza. Imigração. Saúde. Materialismo. Mercados em desenvolvimento. Justiça social.
2011	Risco alimentar. Produtos sustentáveis. Mercados de pobreza e de subsistência. Risco da saúde. Métodos de pesquisa inovadores. Materialismo. Adolescentes. Pesquisa de serviços transformativos. Mercados multiculturais. Vício.
2013	Nutrição. Sustentabilidade. Pobreza. Saúde. Métodos de pesquisa inovadores. Materialismo. Etnia. Família. Mercados em desenvolvimento.
2015	Autoregulação moral. Sistemas alimentares alternativos. Sustentabilidade ambiental e justiça. Gênero.

	Pobreza interseccional. Espaço ecológico na pobreza. Psicologia do consumidor pobre. Religião. Saúde e multimorbidade. Conflito social. Crimes de omissão. Ensino. Identidade: estigma e mercado. Materialismo e crianças. Narrativas em organizações sem fins lucrativos. Pesquisa de serviços transformativos. Satisfação de vida.
2017	Caminhos desviantes no consumo. Comunidades de subsistência. Fome. Consumo hedônico e prazer ao comer. Consumo de espaço em grandes metrópoles. Consumo sustentável e políticas públicas. Mulheres e saúde. Violência contra a mulher. Obesidade. Pobreza. Refugiados. Escravidão moderna (consumo e produção). Religião e decisão financeira. Vulnerabilidade financeira e bem-estar. Serviços de saúde. Bem-estar financeiro e cuidados com saúde. Vacinação. Hábitos e normas de saúde. Superando obstáculos atuais da TCR. Teoria crítica. Métodos artísticos.

Fonte: Adaptado de Davis, Ozanne e Hill (2016) e TCR (2017)

Em termos de temas eleitos como centrais nos congressos bianuais: a) O tema *Alimentos e Sustentabilidade* é ressaltado como um potencial para os estudos futuros; b) Três temas também são exaltados: *pobreza, justiça além de estigma e serviços transformadores*; c) Três grupos têm se diferenciado, pois seus trabalhos são ambiciosos: *saúde e TCR, consumo e padrão mal adaptativo* e o *grupo de crianças e materialismo*; d) Dois novos grupos surgiram, o de *ensino transformativo* e o de *gênero e consumo* (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Já o tema central da conferência de junho de 2017 foi o *envolvimento relacional para o impulso escalado*, isto é, se você tem interesse em aumentar o financiamento do seu estudo, se envolva desde a criação, conscientização, uso do conhecimento até o impacto social, construindo pesquisas com pessoas para além da academia (TCR, 2017). Finalmente, o que se pode notar, é que existe uma série de discussões internacionais que sequer são atreladas a abordagem transformativa por acadêmicos nacionais, o que aponta trilhas de investigações— discussão apresentada a seguir.

Proposições para futuros trabalhos nacionais

Novos estudos nacionais podem ir além do consumidor com deficiência (o que não significa abandoná-los em termos de pesquisa), para tratar assuntos discutidos na Figura 1 como: a pobreza, consumo e migração, potencial do uso da TCR em programas de doutorado, casos de ensino, jogos de azar, obesidade, interseccionalidade, papel da etnia no consumo, gays e consumo, métodos alternativos em pesquisas transformativas (como vídeos e documentários); desperdício; poluição, gênero; jovens como vulneráveis; modismo diante o consumo impulsivo; pacientes cronicamente doentes; desumanização em presídios; alcoolismo; doações de órgãos, dentre outros temas. Embora existam produções nacionais que avaliem isoladamente cada um destes temas, nenhuma assume explicitamente as diretrizes da TCR. Além disso, a partir da ideia de interseccionalidade - na qual os participantes da pesquisa compartilham, experimentam e gerenciam desvantagens entrelaçadas, novos trabalhos podem surgir para “uma análise mais profunda dos processos estruturais que criam e exacerbam a vulnerabilidade do consumidor [...] e considera os contextos econômicos, sociais, culturais e políticos interligados” (Saatcioglu & Corus, 2014, pp. 122-123).

Além disso, ao analisar a Figura 2, surge uma série de outros temas, como: a autoregulação moral e os caminhos desviantes do consumo; comunidades de subsistência; prazer ao comer e obesidade; consumo de espaço; consumo sustentável e políticas públicas, violência contra a mulher e família; as relações entre a religião do consumidor e suas decisões financeiras; hábitos e normas de saúde; vacinação; proposições teóricas para superar os obstáculos que a pesquisa transformativa enfrenta; utilização da teoria crítica junto a TCR; crimes de omissão; o discurso das organizações sem fins lucrativos; relações entre o consumo e a etnia; dentre outros. Para trabalhos que pretendam discutir a TCR no contexto familiar - como fez Faria (2015); sugerimos a leitura do artigo de Pettigrew et al. (2014), que sugerem uma agenda de pesquisas, compreendendo as forças dentro e fora das famílias que

influenciam o seu bem-estar. Além disso, questões relacionadas a vulnerabilidade financeira parecem promissoras, já que foram incluídas na discussão no ano de 2017 - em 4 áreas distintas da última conferência (TCR, 2017).

Em relação aos obstáculos que a pesquisa transformativa enfrenta atualmente, recomendamos que os trabalhos futuros conheçam as críticas feitas por Parker (2014), no *Journal of Consumer Culture*. Para o autor, as novas investigações poderiam reduzir o excesso de otimismo, e começar a falar mais de luta (crítica, radical ou revolucionária), utilizando autores conhecidos (como Marx, Adorno e Horkheimer) e contextualizando o assunto em um determinado momento histórico (imperialismo, patriarcado e pós-colonialismo). Novos trabalhos transformativos poderiam encarar o desafio de incorporar mais sociologia e mais compreensão da economia política em seus estudos. Parker (2014) também destaca que as pesquisas futuras precisam desenhar melhor como, na prática, a mesma área do marketing (que promove ações para gerar dinheiro à organização), consegue considerar os interesses do consumidor, acreditando que, se não for bem delineada, a sigla TCR venha a refletir mais a *Tremendously Courageous Research* ou Pesquisa Tremendamente Corajosa, em tradução literal. Ainda a título de crítica, o autor destaca que boa parte do livro de Mick et al. (2012) é escrito por psicólogos cognitivos, cuja política é sobre o que as pessoas fazem ou não, e não sobre o que os mercados também produzem ou não.

Há crítica ainda, sobre não mencionar que o capitalismo corporativo molda as pessoas. Ao contrário disso, Mick et al. (2012) usam o termo contexto, para conciliar amigavelmente consumidores e mercado. Em adição, compreender o problema na visão dos participantes vulneráveis talvez não seja o suficiente para mudar como as grandes corporações ganham seu dinheiro. Entretanto, mesmo diante a estas críticas, Parker (2014) ressalta que a escola de negócios assumir ser uma cúmplice na produção de muitos modelos redutores de seres humanos é um avanço. Para ele, a TCR é agradável uma vez que sugere outro mundo possível, embora não perceba como exatamente ela pode juntar-se a outros movimentos de oposição e radicalizar-se ainda mais. É claro que várias destas críticas já estão sendo superadas desde a publicação dessa resenha, por exemplo, no último congresso, já haviam grupos temáticos para relacionar a TCR com a Teoria Crítica (TCR, 2017). Mas a ideia ao mencioná-las, é alertar o leitor sobre um outro ponto de vista do assunto focal – convidando-o, ao mesmo tempo, para promover novas discussões teóricas que enfraqueçam o preconceito que ainda persiste em uma parcela dos acadêmicos, quando mencionamos a pesquisa transformativa do consumidor.

Esse preconceito pode ser explicado também pela menção da TCR em alguns trabalhos que não seguem as suas diretrizes. Logo, o fato de um estudo ter relação com a vulnerabilidade e/ou bem-estar não o torna necessariamente transformativo. Por exemplo, encontramos pesquisas que a TCR aparece no campo palavras-chave, mas o termo *transf** sequer é mencionado ao longo do estudo (Meadow & Sirgy, 2008). Em outro trabalho, a TCR aparece apenas no início da introdução (Pettigrew, 2007), mas se esse trecho não fosse mencionado, nem seria possível identificar o estudo como pertencente a TCR. Assim, recomenda-se que os trabalhos futuros indiquem mais claramente se estão desenvolvendo uma Pesquisa do tipo Reveladora, Políticas Públicas, Colaborativa; Parceria e/ou Translacional, cujos detalhes estão em Crockett et al. (2013). As diretrizes da TCR também podem ser mais descritas, apontando como desenvolveu o conhecimento prático visando a mudança social; as construções teóricas inovadoras; a aproximação dos pesquisadores com os agentes da mudança e a adoção de estratégias de comunicação alternativos, como explicam Mick et al. (2012). Além disso, a pesquisa transformativa tem origens nos paradigmas da pesquisa-ação e transformativo. Logo, a qualidade da pesquisa dependerá das validades: do resultado; democrática; do processo; catalítica e/ou dialógica, dentre outros aspectos explicados em

detalhes por Ozanne e Saatcioglu (2008) e Mertens (2007). Entretanto, nem sempre encontramos essas e outras questões nas pesquisas transformativas. Finalmente, não queremos dizer que todos apontamentos devam constar na pesquisa, mas, também é estranho que nenhum esteja mencionado em uma parcela dos trabalhos de Marketing.

Considerações finais

A TCR abre novas vias para expandir e redirecionar as pesquisas de Marketing, bem como abordar os efeitos das tendências e práticas de consumo no bem-estar da sociedade. O objetivo nesse ensaio teórico foi indicar em que ponto avançaram as produções nacionais e internacionais que fizeram uso da TCR, de 2005 até fevereiro de 2018. Nesse aspecto, o participante mais recorrente nas produções nacionais é o consumidor com algum tipo de deficiência (como visual, física, motora ou mental); o que diverge da produção internacional – que debate sobre diversos públicos. Observa-se que não há pesquisas transformativas nacionais em sintonia com alguns temas eleitos como centrais (sustentabilidade, pobreza, saúde e gênero).

Essa abertura, possivelmente será preenchida, uma vez que pesquisadores nacionais marcam presença em diferentes espaços. Por exemplo, na conferência bienal da TCR de 2017, o professor Dr. Rodrigo Castilhos, da UNISINOS, foi um dos coordenadores da área *Espaço de Consumo: como promover transformações pró-sociais*; enquanto a professora Dr. Rita de Cássia de Faria Pereira, da UFPB, apresentou um trabalho na seção Subsistência e Sustentabilidade - além dela possuir três projetos financiados pelo CNPQ sobre a relação entre a educação para o consumo e a TCR. Além disso, professores – como a Letícia Casotti – da UFRJ, tem o apoio de empresas privadas no desenvolvimento de projetos de pesquisas transformativas. Em complemento, um trabalho sobre ensino fundamental, TCR e pessoas com deficiência visual será a segunda pesquisa transformativa publicada em um periódico de Qualis A2 (em edições futuras da O&S), tendo como autor o pesquisador Pedro Felipe da Costa Coelho/UFPE e o co-autor Nelsio Rodrigues de Abreu/UPPB. Como este trabalho não está disponível, ele não compôs a análise desse ensaio.

Em sintonia, teses de doutorado estão em desenvolvimento em diferentes regiões do Brasil, como na PUC Minas (pelo acadêmico Gustavo Tomaz de Almeida sob orientação do professor Marcelo de Rezende Pinto – discutindo violência financeira e o consumo de crédito para idosos de baixa renda). Além disso, o professor Marcelo possui um projeto de pesquisa sobre a TCR com o apoio financeiro direto da ACR/TCR. Encontramos, ainda, teses em desenvolvimento na UFPB (do acadêmico Paulo Henrique Souto Maior Serrano, sob orientação do professor Nelsio Abreu) e na FEA/USP (da acadêmica Ohana Trajano Barbosa, discutindo serviços educacionais e bem-estar, sob a orientação do professor Andres Rodriguez Veloso). Em 2017, também houve a defesa da tese do professor Elielson Oliveira Damascena, que tem como palavras-chave “Pessoas com Deficiência; Vulnerabilidade; Varejo; Pesquisa Transformativa e Supermercado”, sob a orientação do professor Salomão Alencar de Faria da UFPE. Igualmente, em 2018, a professora Marluce Dantas de Freitas Lodi defendeu a tese com título “Consumo de Alimentos e Obesidade na Perspectiva Transformativa do Consumidor” sob orientação do professor João Felipe Sauerbronn, da UNIGRANRIO. Mas ambas não compuseram a análise, pois os arquivos não estavam disponíveis em domínio público. O professor Delane Botelho da FGV/SP também possui um resumo expandido no EMA de 2016, sobre consumidores com alto autocontrole de gastos (frugalidade) e sua relação com o consumo hedônico e o bem-estar. Todavia, esse trabalho não fez parte de nossa discussão, pois o objetivo era revisar os trabalhos completos. Enfim, o que queremos apontar é que esse trabalho é um retrato das publicações concluídas e disponíveis de forma completa para consulta pública (finalizamos a busca em 04 de março de 2018), sendo esta uma limitação do estudo. Finalmente, esse cenário indica, ao mesmo tempo, que a TCR está em

andamento em diferentes programas e projetos de pesquisas; o que reforça a necessidade de proposições teóricas para consolidar o tema e reunir cada vez mais os pesquisadores nacionais, fortalecendo a abordagem transformativa no Brasil.

REFERÊNCIAS

- Almeida, G. T., Batinga, G. L., Ássimos, B. M., & Pinto, M. R. (2017). Uma Perspectiva Transformadora Entre Consumidores Idosos de Baixa Renda no Contexto de Consumo de Crédito e Violência Financeira. *XLI EnANPAD* (pp. 1-16). São Paulo: Anais ...
- Almeida, T. G. (2016). Experiência transformativa de serviço: uma investigação etnográfica do turismo voluntário. (*Tese de Doutorado - UFRJ*), pp. 1-126.
- Almeida, T. G., & Casotti, L. M. (2015). Turismo voluntário e o bem-estar do consumidor na pesquisa transformativa do consumo. *Rev. Ciências Administrativas*, 21(2), pp. 531-553.
- Almeida, T. G., & Casotti, L. M. (2016). Ciclo Transformativo: Uma Proposição Conceitual a Partir de um Estudo. *EnANPAD*, XL (pp. 1-18). Costa do Sauípe - BA: Anais ...
- Ássimos, B. M., Batinga, G. L., & Almeida, G. T. (2017). Justiça Social e Transformative Consumer Research *CBR*, 1 (Edição Especial), pp.16-31.
- Barbosa, O. T. (2014). *Estímulos táteis no ambiente de varejo: investigando a experiência de consumo de indivíduos com deficiência visual na perspectiva transformativa do consumidor*. Dissertação (Mestrado em Administração): Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Batinga, G. L., Correa, R. S., & Pinto, M. R. (2016). O consumo de serviços de beleza por mulheres deficientes visuais na perspectiva da Transformative Consumer Research. *EMA* (pp. 1-16). Belo Horizonte: Anais ...
- Bevilacqua, S., & Medeiros, C. R. (2017). Análise de denúncias na publicidade comercial e a busca pelo bem estar do consumidor. *CBR*, 1(Edição especial), pp. 80-91.
- Burroughs, J., & Rindfleisch, A. (2012). What welfare? On the definition and domain of Transformative Consumer Research and the foundational role of Materialism. Em D. Mick, S. Pettigrew, C. Pechmann, & J. Ozanne, *Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well Being: Reviews and Frontiers* (pp. 249-266). New York: Routledge.
- Chaim, D. F., Rocha, R. R., & Toledo, G. L. (2017). Bem-Estar Alimentar de Crianças e Adolescentes. *XX SEMEAD* (pp. 1-12). São Paulo: Anais ...
- Coelho, P. F., Nascimento, J. S., Oliveira, M. M., & Nascimento, J. A. (2015). Mulheres materialistas! Um estudo exploratório à luz da pesquisa transformativa do consumidor. *SEMEAD*, 18 (pp. 1-16). São Paulo: Anais ...
- Crockett, D., Downey, H., Firat, F., Ozanne, J., & Pettigrew, S. (2013). Conceptualizing a transformative research agenda. *Journal of Business Research*, 66(8), pp. 1171-1178.
- Damascena, E. O., & Arruda, K. F. (2017). As atitudes de jovens fumantes e não-fumantes quanto ao endosso do consumo de cigarros em vídeos. *CBR*, 1(Ed.especial), pp. 92-106.
- Davis, B., & Pechmann, C. (2013). Introduction to the Special Issue on transformative consumer research: Developing theory to mobilize efforts that improve consumer and societal well-being. *Journal of Business Research*, 66(8), pp. 1168-1170.
- Davis, B., Ozanne, J. L., & Hill, R. P. (2016). The Transformative Consumer Research Movement. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), pp. 159-169.
- Faria, M. D. (2015). *A eterna criança e as barreiras do ter: consumo de pessoas com síndrome de down e suas famílias*. Rio de Janeiro: Tese(Doutorado em Administração) UFRJ.
- Faria, M. D., & Casotti, L. M. (2014). Representações e Estereótipos das Pessoas com Deficiência como Consumidoras: o Drama dos Personagens com Deficiência em Telenovelas Brasileiras. *O&S*, 21(70), pp. 387-404.
- Faria, M. D., & Casotti, M. L. (2017). Barreiras do ter e pessoas com Síndrome de Down: o papel do marketing na exclusão social. *DESENVOLVE*, 6(2), pp. 9-29.

- Faria, M. D., & Motta, P. C. (2012). Pessoas com deficiência visual: barreiras para o lazer turístico. *Rev. Turismo em Análise*, 23(3), pp. 691-717.
- Faria, M. D., & Silva, J. F. (2011). Composto para restaurantes: atendendo consumidores com deficiência visual. *Administração FACES Journal*, 10(1), pp. 11-32.
- Faria, M. D., Casotti, L., & Carvalho, J. P. (2017). Automóvel e pessoas com deficiência: explorando significados. *Rev. Eletrônica Gestão & Sociedade*, 11(30), pp. 1908-1933.
- Gonçalves-Dias, S. L. (2008). Consumo e meio ambiente: um convite à pesquisa interdisciplinar. *EMA* (pp. 1-16). Curitiba: Anais ...
- Mano, R. (2014). Consumidor com deficiência: implicações de fatores pessoais e contextuais no consumo varejista de João Pessoa/PB. *Dissertação de Mestrado* (p. 199p.) UFPB.
- Mano, R. F., & Silva, J. O. (2015). Eu também sou consumidor: pessoas com deficiência física no varejo hipermercadista da cidade de João Pessoa. *SEMEAD* (pp. 1-16). SP: Anais ...
- Mano, R. F., Silva, J. O., & Abreu, N. R. (2015). Identidade e pertencimento do consumidor com deficiência na cidade de João Pessoa-PB. *SEMEAD* (pp. 1-16). São Paulo: Anais ...
- Meadow, H. L., & Sirgy, M. J. (2008). Developing a Measure That Captures Elderly's Well-Being in Local Marketplace Transactions. *Applied Research Quality Life*, 3, pp. 63-80.
- Mertens, D. M. (2007). Transformative Paradigm. *Mixed Methods Research*, 1(3), pp. 212-225.
- Mick, D. G., Pettigrew, S., Pechmann, C., & Ozanne, J. L. (2012). *Transformative consumer research for personal and collective well-being: for personal and collective well-being*. New York: Routledge.
- Ozanne, J. L., & Saatcioglu, B. (2008). Participatory Action Research. *Journal of Consumer Research*, 35(3), pp. 423-439.
- Parker, M. (2014). Mick, D, Pettigrew, S, Pechmann, C and Ozanne, J (eds) (2012), Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well-Being. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), p. Journal of Consumer Culture.
- Pettigrew, S. (2007). Reducing the Experience of Loneliness among Older Consumers. *Journal of Research for Consumers*, 12, pp. 1-14.
- Pettigrew, S., Anderson, L., Boland, W., Ville, V. I., Fifita, I. M., Fosse-Gomez, M. H., . . . Stovall, T. (2014). The experience of risk in families: conceptualisations and implications for transformative consumer research. *J. Marketing Management*, 30(17-18), pp. 1772-1779.
- Pinto, M. R., Batinga, G. L., Ássimos, B. M., & Almeida, G. T. (2016). Transformative Consumer Research: Reflexões, diretrizes e uma análise do campo no Brasil. *RIMAR*, 6(2), pp. 54-66.
- Rocha, R. R., & Chaim, D. F. (2016). Hora do recreio: a relação de crianças e adolescentes com os alimentos na perspectiva do bem-estar alimentar. *XI congresso internacional da espm* (pp. 1-17). São Paulo: Anais ...
- Rocha, R. R., Chaim, D. F., & Veloso, A. R. (2017). Hora do recreio: a relação de crianças e adolescentes c/alimentos na perspectiva do bem-estar alimentar. *REMARK*, 16(3), pp. 396-409.
- Rodrigues, D. B. (2016). As motivações para o consumo de alimentos saudáveis sob a ótica de marketing. (*Dissertação de mestrado - FEA USP*), pp. 1-251.
- Saatcioglu, B., & Corus, C. (2014). Poverty and Intersectionality: A Multidimensional Look into the Lives of the Impoverished. *Journal of Macromarketing*, 34(2), pp. 122-132.
- Silva, J. O., Mano, R. F., & Baldanza, R. F. (2015). "O respeito fez check in!": entendendo a dimensão atitudinal e programática nos hotéis sob a visão dos gestores hoteleiros e dos consumidores com deficiência. *SEMEAD* (pp. 1-16). São Paulo: Anais ...
- Souza, M. A. (2013). O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal. (*Dissertação de Mestrado - UNB*), pp. 1-117.
- TCR. (04 de Mar. de 2018). *Transformative Consumer Research*. Fonte: <http://transformativeconsumerresearch.com/195-2/>