



**HUMBERTO COSTA**  
(humbertocosta@gmail.com)  
Universidade do Porto - Portugal

**GLAUCIA FERRO**  
(glauca@frontesul.com.br)  
UFPR/Universidade Federal do Paraná - Brasil

## **EXPERIÊNCIA ESTÉTICA OLFATIVA NO SERVICESCAPE**

## **OLFATIVE AESTHETIC EXPERIENCE WITHIN THE SERVICESCAPE**

Sob o ponto de vista do *Service Design*, dos Serviços, do Marketing e da Comunicação, os odores podem contribuir para com o provimento de uma dada unidade de satisfação dos usuários do serviço ofertado em determinado *servicescape*, com potencial para intervir nos aspectos afetivos.

*From the point of view of Service Design, Services, Marketing and Communication, the odors can contribute to the provision of a given unit of satisfaction of the users of the service offered in a certain servicescape, with the potential to intervene in the affective aspects.*

A literatura especializada apontou uma lacuna acerca da dimensão Estética dos Serviços, estando aí incluído a Estética dos odores. Nesse contexto, o problema que norteou a pesquisa partiu do seguinte questionamento: como usar a experiência estética olfativa para proporcionar uma nova percepção ao usuário/cliente do *servicescape*?

*The specialized literature pointed to a gap on the Aesthetic dimension of the Services, being included there the aesthetics of the odors. In this context, the problem that guided the research was based on the following question: how to use olfactory aesthetic experience to provide a new perception to the servicescape user/client?*

Já o objetivo foi identificar os aspectos relevantes da experiência estética olfativa capazes de proporcionar uma nova percepção acerca do *servicescape*, junto aos usuários/clientes. A pesquisa desenvolvida é de caráter exploratório e qualitativo e para sua efetivação, recorreu-se à realização de uma revisão bibliográfica e uma *survey*.

*The objective was to identify the relevant aspects of the aesthetic experience olfactory capable of providing a new perception about the servicescape, with the users/clients. The research developed is of an exploratory and qualitative character and for its effectiveness, a bibliographic review and a survey were used.*

Os resultados apontam que os aspectos emocionais olfativos, evocados em um *servicescape*, tem potencial para criar e reforçar tanto um "mood" positivo quanto negativo nos usuários.

*The results show that the olfactory emotional aspects evoked in a servicescape have the potential to create and reinforce both positive and negative moods in users.*

**Palavras-chave:** *Estética dos Odores; Servicescape; Experiência Estética; Aspectos Afetivos; Atmosfera.*

**Keywords:** *Aesthetics of Odors; Servicescape; Aesthetic Experience; Affective Aspects; Atmosphere.*