

## **“O Respeito Fez Check in!”: Entendendo a Dimensão Atitudinal e Programática nos Hotéis Sob a Visão dos Gestores Hoteleiros e dos Consumidores com Deficiência**

**JEFFERSON OLIVEIRA DA SILVA**

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)  
jeffersoncantalice3@gmail.com

**RAYANE FERNANDES MANO**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
rayfernandes87@gmail.com

**RENATA FRANCISCO BALDANZA**

Universidade Federal da Paraíba - UFPB  
renatabaldanza@gmail.com

## **Marketing, Sociedade e Outros Temas**

### **“O Respeito Fez Check in!”: Entendendo a Dimensão Atitudinal e Programática nos Hotéis Sob a Visão dos Gestores Hoteleiros e dos Consumidores com Deficiência**

#### **Resumo**

Por muitos anos as pessoas com deficiência eram relegadas as camadas mais inferiores da sociedade. Em muitas culturas ter uma deficiência era sinônimo de estar doente, ser improdutivo e inválido. No decorrer dos anos estes indivíduos conquistaram direitos antes inimagináveis, como por exemplo, o direito a acessibilidade em qualquer ambiente de consumo. Assim, com uma abordagem qualitativa do tipo descritiva e através da análise do discurso de vinte e três entrevistas semiestruturadas, este trabalho pode identificar as ações de acessibilidade em meios hoteleiros, principalmente no tocante a dimensão atitudinal e programática, assim como verificar sua implantação na visão dos gestores hoteleiros e das pessoas com deficiência físicas consumidoras deste serviço. Para tanto, observou-se que os gestores entrevistados sempre atrelam as dimensões de acesso tão somente às questões estruturais do hotel. Já os consumidores com deficiência, na maioria dos discursos, ligam a acessibilidade principalmente ao direito ir e vir. Diante disso, infere-se que esta pesquisa se mostra fundamental tendo em vista que estas pessoas com deficiência física são consumidoras e tem o direito ao acesso em todos os ambientes, inclusive o serviço turístico.

**Palavras Chave:** Acessibilidade; Empresa Hoteleira; Marketing e Sociedade

#### **Abstract**

For many years people with disabilities were relegated to the lower strata of society. In many cultures to have a disability was synonymous with being sick, being unproductive and invalid. Over the years these individuals previously unimagined rights achieved, for example, the right accessibility in any consumer environment. So with a qualitative approach to descriptive research and through discourse analysis of twenty-three semi-structured interviews, this study can identify the accessibility of shares hoteliers means, especially regarding the attitudinal and programmatic dimension, as well as verify its implementation in view of hoteliers and people with disabilities consumers of this service. Therefore, it was observed that managers interviewed always atrelam the access dimensions so only to structural issues the hotel. Already consumers with disabilities in most speeches, bind accessibility primarily the right to come and go. Therefore, it is inferred that this research is fundamental given that these people with physical disabilities are consumers and has the right of access in all environments, including the tourist service.

**Keywords:** Accessibility; Hotel Company; Marketing and Society

## **Introdução**

Atualmente os estudos inseridos na esfera do macromarketing têm como foco o marketing social, a qualidade de vida, a ética e educação do consumidor, o marketing de lugares ligado ao apego do local, o bem-estar do consumidor, o consumo sustentável, a vulnerabilidade do consumidor, dentre outros. Inserido nos estudos do marketing e sociedade encontram-se pesquisas que visam entender várias classes de consumidores, a saber: crianças, adolescentes, idosos, noivas, grávidas, estrangeiros e grupos minoritários (inclusive as pessoas com deficiência).

Estes grupos minoritários estão inseridos em uma sociedade multicultural, a qual reconhece as diferenças linguísticas, raciais e culturais, bem como as várias minorias, mas muitas vezes não adota políticas para integrar essas minorias. Este termo 'minorias' é uma expressão muito utilizada para definir os grupos que são considerados em menor quantidade em certa sociedade. Estes grupos muitas vezes são marginalizados da sociedade ao ponto de serem considerados problemas sociais, daí surge o preconceito, racismo, bem como outras fobias relacionadas às barreiras multiculturais.

Quando se fala em minorias, entende-se que tais grupos formam parte de uma pequena porcentagem da sociedade, mas na realidade o que se observa não é isso. Ao se tomar os grupos intitulados 'minoritários' como grupos sociais, se observará que a sociedade é, na verdade, composta por vários destes grupos, ou seja, várias porcentagens de grupos 'minoritários' que resultam na totalidade social. Desta forma, claramente se observa que a sociedade é composta pelos seguintes grupos 'o negro', 'o branco', 'o índio', 'o homem', 'a mulher', 'a criança', 'o idoso', 'a pessoa com deficiência', dentre outros.

No tocante às pessoas com deficiência, inseridas neste bloco, pelo fato de possuírem alguma deficiência, estas podem ser sujeitas a certas barreiras de acesso, como por exemplo, a barreira atitudinal e programática. Isto é, muitas vezes estes indivíduos são impelidos a pagar por serviços extras e conseqüentemente elevar os custos, simplesmente por serem considerados indivíduos 'especiais'. Assim, não é a pessoa com deficiência que precisa se adaptar à sociedade, mas é a sociedade que deve se adaptar e oferecer serviços e produtos a todos e respeitando à diversidade, bem como as diferenças.

Sabendo disso, o objetivo principal desta pesquisa é identificar as ações de acessibilidade em meios hoteleiros, principalmente no tocante a dimensão atitudinal e programática, assim como verificar sua implantação na visão dos gestores hoteleiros e das pessoas com deficiência física consumidoras deste serviço.

## **Consumidor com Deficiência**

Todos os indivíduos, com ou sem deficiência, estão diariamente sujeitos as necessidades e aos desejos os quais são supridos mediante o consumo. Essas necessidades vão desde alimentação, compra de roupas, consumo de programas culturais, bem como outros bens de consumo (RUDELL; SHINEW, 2006). No entanto, muitos são os obstáculos enfrentados diariamente pelas pessoas com deficiência, dificuldades estas que vão desde o âmbito profissional até o pessoal.

Ao se tomar a educação como o aspecto básico para a formação de qualquer pessoa, observa-se que poucos docentes estão preparados para educar alunos com alguma deficiência, além disso, a falta de equipamentos adequados dificulta ainda mais o acesso à educação para estes alunos (MANENTE; RODRIGUES; PALAMIN, 2007). Já no dia a dia, algumas das barreiras que dificultam as pessoas com deficiência de desempenharem seu papel de consumidor são: as escadas, a falta de rampas, os obstáculos nas calçadas, a falta de sinalização adequada, transporte coletivo, dentre outros (SCHIVITZ, 2007).

Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007), ao estudarem os problemas que as pessoas com deficiência enfrentam em lojas de varejo e utilizando-se do método de incidente crítico, inferiram que o que os indivíduos com deficiência mais desejam quando entram em uma loja é serem vistos como consumidores. Segundo os autores, o que acontece é exatamente o contrário, pois os atendentes, na maioria das vezes, são incapazes de percebê-los como potenciais consumidores, estigmatizando-os apenas como deficientes. Para tanto, outro fator que atrapalha o consumidor deficiente é o despreparo dos atendentes, os quais possuem pouca ou nenhuma instrução de como tratá-los.

Nos Estados Unidos, desde 1990, existe uma lei que garante a acessibilidade das pessoas com deficiência a estabelecimentos comerciais. Embora muitas destas lojas do país já estejam adaptadas para as necessidades dessas pessoas, ainda existem outras que precisam se adaptar (KAUFMAN-SCARBOROUGH; BAKER, 2005). O que na realidade esta lei viabiliza a estes indivíduos é a possibilidade de serem vistos como consumidores, bem como possibilita a acessibilidade no âmbito arquitetônico, atitudinal e comunicacional.

No Brasil, por sua vez, o decreto-lei nº. 5296 de 2 de dezembro de 2004 regulamenta as leis que dão prioridade de atendimento às pessoas com deficiência e estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade, mas o país ainda está longe de oferecer condições ideais para que as pessoas com deficiência possam consumir (SCHIVITZ, 2007). Atualmente estes consumidores representam um segmento de compra importante e cada vez mais poderoso (GOODRICH; RAMSEY, 2011), por esta razão, o número de estudos desenvolvidos na última década destaca o potencial das pessoas com deficiência como segmento de mercado (SHI *et al.*, 2012).

Para tanto, a promulgação de leis que (re)afirmem a acessibilidade em ambientes públicos e privados está inserida na teia de relações, cujo objetivo principal é dar condições de participação social, permitindo assim que os sujeitos com deficiência circulem pelos mais diversos ambientes e consumam. Desta forma, para que ocorra o efetivo consumo, as pessoas com deficiência devem estar incluídas na sociedade, mesmo que, para tal, se delimitem diversos níveis possíveis de participação social (LOPES, 2009).

Levando em consideração que o consumo individual está intrinsecamente ligado à identidade coletiva dos consumidores, o ato de ‘consumir’ passou a ser um dos indícios mais comuns dos processos de identificação, levando em consideração que o que se consome fornece a comprovação de quem se é, ou seja, trata-se na realidade do intitulado *self* estendido. Desta maneira, diante do atual panorama social, os sujeitos confirmam ou até criam suas identidades através de seus gostos, ou de alguma marca visível que trazem consigo, como, por exemplo, alguma deficiência (CAMPBELL, 2006).

Desta maneira, o que se observa, na realidade, é que neste processo de construção da identidade pelo consumo, as pessoas com deficiência se deparam com barreiras. Estas dificuldades não estão somente nos estabelecimentos comerciais, mas principalmente nos espaços sociais (GOULART, 2007). Além disso, existem também os problemas de comunicação, como por exemplo, no caso dos deficientes auditivos, pois sua deficiência não é facilmente percebida e dificilmente se encontra um indivíduo fluente em Língua Brasileira de Sinais (Libras).

No âmbito dos serviços, por sua vez, com o desenvolvimento de instrumentos legais que asseguram os direitos dos deficientes, houve uma crescente preocupação com a qualidade dos serviços prestados às pessoas com deficiência. Desta forma, a partir da exposição das características dos serviços, trabalhar-se-á o consumo de pessoas com deficiência na esfera do Turismo e da Hotelaria.

## A Acessibilidade no Serviço Turístico

No Brasil, somente em 1995 se iniciou a discussão acadêmica desse tema em turismo. De acordo com Brinckmann e Wildgen (2003) o modelo de inclusão é o processo pelo qual a sociedade se adapta para incluir as pessoas com deficiência em seus sistemas sociais para que possam assumir seus papéis na sociedade. Sasaki (2006, p.17) destaca alguns princípios deste modelo: “celebração das diferenças, direito de pertencer, valorização da diversidade humana, solidariedade humanitária, igual importância das minorias, cidadania com qualidade de vida”.

Mendes e De Paula (2008, p.27) acrescentam que a sociedade inclusiva só existe se a diversidade humana for compreendida de forma a garantir às pessoas com deficiência uma vida autônoma e independente, em “que elas próprias possam tomar decisões, assumindo o controle de sua vida e quebrando os estigmas presentes em nossa sociedade”. No campo do turismo esta inclusão significa que um determinado atrativo ou serviço deve se adaptar para atender bem a pessoa com deficiência e não este se adequar as limitações do empreendimento.

Para tanto, as empresas turísticas adaptadas às necessidades do indivíduo formam juntos os espaços sem limitações, sem barreiras, sem exclusão. Desta forma, “fica claro que o importante não é o direito em si, seja para o lazer, para o esporte ou para o turismo. O importante, na inclusão, é que esse direito seja usufruído pelas pessoas com deficiência sem serem separadas das outras pessoas” (SASSAKI, 2006, p.106), ou seja, uma inclusão espacial. Segundo Duarte e Cohen (2006) a inclusão espacial entre as pessoas permite trocas, estimula o estabelecimento de teias de relações, valoriza as experiências dos lugares e evita o esfacelamento das individualidades.

No contexto brasileiro, inúmeras pessoas com deficiência simplesmente não conseguem ter acesso aos logradouros turísticos, pois ainda há, em grande maioria dos ambientes de lazer, recreação e turismo, muitas barreiras arquitetônicas, atitudinais, comunicacionais, metodológicas, instrumentais e programáticas (SASSAKI, 2003a). Na realidade, embora Kamio e Sassi (2010, p.127), afirmem que “o segmento de pessoas com alguma deficiência é um novo nicho que começa a ser desvelado por profissionais do turismo” o que se percebe no Brasil é que o turismo adaptado, ou seja, voltado para as pessoas com deficiência ainda encontra-se muito aquém do que se pode considerar como acessível para esse grupo.

Na visão de Sasaki (2003a), a sociedade é a principal responsável em eliminar as barreiras supracitadas, para que a partir disto as pessoas com deficiência possam ter acesso aos lugares, serviços, informações e bens necessários ao seu desenvolvimento pessoal, social, educacional e profissional. Desta maneira, o serviço turístico adaptado tem como objetivo principal tornar os locais acessíveis fisicamente, ou seja, livres das barreiras arquitetônicas, bem como incluir na sociedade os princípios de inclusão (SHIMOSAKAI, 2008).

Para tanto, Sasaki (2009) elenca seis barreiras que são consideradas desafiadoras para as pessoas com deficiência, a saber: barreiras arquitetônicas (sem barreiras físicas), atitudinais (sem preconceitos, estereótipos, estigmas e discriminações nos comportamentos da sociedade para pessoas que têm deficiência), comunicacionais (sem barreiras na comunicação entre pessoas), metodológicas (sem barreiras nos métodos e técnicas de lazer, trabalho, educação) instrumentais (sem barreiras instrumentos, ferramentas, utensílios) e programáticas (sem barreiras embutidas em políticas públicas, legislações, normas).

Quanto à **dimensão arquitetônica**, a acessibilidade está ligada à possibilidade de autonomia e o acesso fácil nos aeroportos, terminais rodoviários, espaços urbanos, hotéis, museus, teatros, transportes coletivos, parques ecológicos, parques temáticos, locais de eventos, dentre outros. Para Burnett (1996), Upchurch e Seo (1996), Castell (2008) e Sasaki (2009) o problema com a acessibilidade nas instalações físicas é o mais comum para as

pessoas com deficiência, além disso, o descaso com a dimensão arquitetônica inviabiliza que as pessoas com deficiência exerçam plenamente o papel de consumidor (SASSAKI, 2009).

Corroborando com a dimensão supramencionada, tem-se a **dimensão comunicacional**, a qual está ligada à adequação das sinalizações de locais (em atenção a pessoas com deficiência visual ou com baixa visão) e contratação de intérpretes da língua de sinais junto aos trabalhadores em serviços e locais de lazer (SASSAKI, 2009).

No tocante a **dimensão metodológica**, evitar as barreiras refere-se à substituição da maneira tradicional (que não leva em consideração as necessidades especiais de certas pessoas) a fim de que os gestores de serviços estabeleçam novas propostas e acordos com os seus usuários que têm deficiência. Para tal, a **dimensão instrumental** contribui com busca pela adequação nos aparelhos, equipamentos, ferramentas e outros dispositivos que fazem parte dos locais, sejam estes públicos ou privados. Tradicionalmente, as pessoas que trabalham com hospitalidade ignoram as limitações físicas, sensoriais e mentais de algumas das pessoas com deficiência (SASSAKI, 2009).

No que se refere à **dimensão programática**, esta tem como finalidade a eliminação das barreiras invisíveis existentes nos decretos, leis, regulamentos, normas, políticas públicas, barreiras estas que se apresentam implicitamente, mas que na prática impedem ou dificultam as pessoas com deficiência à utilização dos serviços. E por fim, a **atitudinal** contribui de maneira geral, tendo em vista que esta engloba a educação da sociedade como um todo e, especialmente, dos profissionais com poder de decisão, mas ainda preconceituosos a respeito de pessoas com deficiência, e que por isso deixam de abrir oportunidades de lazer para este segmento populacional (SASSAKI, 2009).

## Metodologia

Para este estudo, optou-se para a coleta dos dados da pesquisa a realização de entrevistas em profundidade com roteiro semiestruturado. É importante enfatizar que por serem entrevistas semiestruturadas o investigador embora possua um roteiro pré-estabelecido, possui também bastante flexibilidade para (re)formular novas questões no decorrer da entrevista, de acordo com a necessidade (MATTOS; LINCOLN, 2005).

O roteiro das entrevistas abrangeu questões sócio-demográficas, profissionais e perguntas ligadas diretamente ao objetivo da pesquisa, viabilizando assim a caracterização dos sujeitos da pesquisa e algumas inferências relevantes ao estudo. Ainda sobre os entrevistados, estes residiam nos seguintes estados brasileiros: Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e São Paulo.

Diante disto, para o primeiro contato com os indivíduos, o pesquisador uniu-se a um grupo virtual que trata de assuntos ligados a pessoas com deficiência. Nesta comunidade fora feito um convite de auxílio a referente pesquisa. Quando surgiu o primeiro interessado estabeleceu-se um contato inicial e, em seguida, era dada a opção ao sujeito de ser entrevistado por telefone ou pelo *chat*. Após o informante ser entrevistado era solicitado que o mesmo indicasse mais um amigo que se encaixasse no perfil da pesquisa e que também pudesse ser entrevistado. Assim, foram entrevistados 15 Pessoas com Deficiência, 7 destes foram por telefone e 8 através de chamada de vídeo no *chat*. As entrevistas duraram em média 50 minutos.

Para o fechamento do *corpus* da pesquisa utilizou-se como parâmetro a saturação das informações e para alcançar o número de entrevistados supracitados, utilizou-se o método *snowball*, que consiste em uma técnica de pesquisa qualitativa, pela qual o conjunto de informantes é indicado por um ou dois informantes iniciais (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006). Assim, a escolha da primeira PcD entrevistada se deu através de uma solicitação em uma comunidade da rede social na internet voltada para as PcDs.

Quanto aos empreendimentos hoteleiros, foram entrevistados 8 (oito) gestores dos hotéis localizados na orla de João Pessoa-PB ou nas proximidades desta. A escolha do primeiro gestor foi aleatória e obedeceu ao acesso, já os outros gestores entrevistados foram elencados mediante indicação do primeiro, seguindo assim a técnica de *snowball*. Todas as entrevistas realizadas, dos consumidores com deficiência e dos gestores, totalizaram em 138 páginas transcritas.

No total, foram entrevistadas 23 pessoas, sendo 15 pessoas com deficiência física e 8 gestores hoteleiros. O roteiro da entrevista para aos gestores abrangeu 6 (seis) questões abertas, além de 4 (quatro) questões sócio-demográficas e profissionais que viabilizaram a caracterização dos gestores e dos hotéis pesquisados. Todas as entrevistas foram feitas pessoalmente e gravadas com um dispositivo de gravação contido no celular do pesquisador. Antes de iniciar as perguntas, era solicitada do gestor entrevistado a autorização e em seguida o nome completo. Todas as entrevistas foram realizadas pelo pesquisador.

No tocante ao procedimento de análise dos dados, nesta pesquisa, optou-se pela técnica de análise do discurso, a qual se adéqua ao escopo da pesquisa, bem como permite o reconhecimento de temas, codificações e intenções presentes na fala, ou seja, a análise do discurso visa obter significados nas falas dos indivíduos (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

Seguindo os procedimentos de codificação e tratamento dos resultados, a análise do discurso proporciona a apreensão de significados oriundos do material documental que pode ser coletado por meio de entrevistas estando em concordância com a técnica de coleta de dados aplicada neste estudo. Sendo assim, considerou-se que a análise do discurso proporciona uma riqueza de dados a serem interpretados, atendendo satisfatoriamente ao objetivo central da presente pesquisa.

### **Descrição dos Gestores Entrevistados e dos Equipamentos Hoteleiros**

Como já exposto, esta pesquisa buscou identificar as ações de acessibilidade em meios hoteleiros, principalmente no tocante a dimensão atitudinal e programática, assim como verificar sua implantação na visão dos gestores hoteleiros e das pessoas com deficiência física consumidoras deste serviço. Para tanto, foram entrevistadas pessoas com deficiência física consumidoras de serviços hoteleiros, bem como os gestores de alguns empreendimentos hoteleiros da cidade de João Pessoa-PB. Desta maneira, para uma maior validação das informações relatadas foram ouvidas ambas as partes do processo de troca, demandantes e ofertantes dos serviços de hospedagem.

Foram entrevistados 8 (oito) gestores de empreendimentos hoteleiros localizados na orla de João Pessoa-PB ou nas proximidades desta. A escolha do primeiro gestor foi aleatória (como já exposto neste estudo) e obedeceu ao acesso, já os outros gestores entrevistados foram elencados mediante indicação do primeiro, seguindo assim a técnica de *snowball*. O resultado destas entrevistas pode ser observado na tabela abaixo.

**TABELA 01** – Perfil dos Gestores

<b>Gestores</b>	<b>Idade</b>	<b>Formação Curso</b>	<b>Tempo na Hotelaria</b>	<b>O hotel já recepcionou uma PCD</b>	<b>O hotel já recepcionou grupo de PCDs</b>
Gestor 01	54	Superior Completo Ciências Sociais	30 anos	Sim	Sim
Gestor 02	34	Ensino Médio	13 anos	Sim	Sim

Gestor 03	40	Superior Completo Administração e Hotelaria	20 anos	Sim	Não
Gestor 04	31	Ensino Médio	11 anos	Sim	Não
Gestor 05	32	Superior Completo Turismo	11 anos	Sim	Não
Gestor 06	34	Superior Completo Turismo	5 anos	Sim	Não
Gestor 07	36	Superior Completo Direito e Hotelaria	15 anos	Sim	Não
Gestor 08	35	Superior Completo Turismo	13 anos	Sim	Não

**FONTE:** Dados da Pesquisa (2013).

Como se pode verificar na tabela acima, todos os gestores possuem a idade superior a 30 anos. Essa característica dos entrevistados refletiu uma suposição advogada pelo senso comum que atribui aos indivíduos com maior idade uma maior maturidade na tomada de decisão gerencial. Por esta razão, no meio hoteleiro, a existência de indivíduos ocupando os cargos gerenciais com idade inferior a 30 anos é rara, pois na maioria dos casos estes indivíduos conquistam o nível gerencial após alguns anos trabalhando na área.

Com exceção de 2 (dois) gestores, todos os outros 6 (seis) possuem uma formação superior. Dentre estes que possuem um curso superior, 5 (cinco) deles são formados Turismo ou Hotelaria. Tal dado expressa a importância destas áreas para a formação dos gestores hoteleiros. Vale salientar que outro ponto que está atrelado à formação é a experiência na área turístico-hoteleira. Na pesquisa este tempo de atuação no setor hoteleiro mostrou-se bastante variado, indo desde um gestor com apenas 5 anos de experiência na área até outro com 30 anos.

No tocante a recepção de pessoas com deficiência, todos os gestores confirmaram que os seus respectivos hotéis já recebem algum hóspede com deficiência. No entanto, grupo de pessoas com deficiência apenas 2 (dois) deles (hotéis 01 e 02) já hospedaram. No tocante a descrição dos hotéis, observou-se uma variação de 40 anos no tempo de fundação destes, ou seja, o mais recente possui apenas 2 anos de inauguração enquanto que o mais antigo tem 42 anos. Essa disparidade no tempo do estabelecimento hoteleiro pode influenciar na visão e implantação (ou não) da acessibilidade, tendo em vista que no Brasil, apenas depois do decreto-lei nº. 5296 de 2 de dezembro de 2004 foram estabelecidas normas gerais para a promoção da acessibilidade, ou seja, quando alguns hotéis foram construídos as leis voltadas às pessoas com deficiência, bem como a acessibilidade ainda não estavam em tanta evidência.

Ainda sobre os hotéis, observou-se que todos os estabelecimentos possuíam mais de 50 Unidades Habitacionais (UHs), sendo este o número mínimo para entrar na pesquisa. Dentre as empresas elencadas a que apresentou maior número de UHs foi o Hotel 07 com 173 apartamentos e a que apresentou o menor índice foi o Hotel 08. Relacionando o número de UHs com a quantidade de quartos apropriados para as pessoas com deficiência, obtém-se a porcentagem de acomodações adaptadas.

De acordo com a norma da ABNT NBR 9050 de 2004, em cada estabelecimento hoteleiro deve haver pelo menos 5% do total de unidades habitacionais acessíveis, ainda é recomendado que outros 10% do total de dormitórios sejam adaptáveis para a acessibilidade. No entanto, o que se encontrou com esta pesquisa não confirmou o que estabelece a ABNT NBR 9050, pois apenas 3 dos 8 hotéis apresentaram a porcentagem mínima de UHs acessíveis.

Ainda sobre a porcentagem, vale destacar que o hotel mais recente apresentou a maior porcentagem de UHs adaptadas (8%), enquanto que o mais antigo possui um dos menores índices (1,1%). A empresa que apresentou o menor índice foi o Hotel 06, com a porcentagem inferior a 1%. Na tentativa de justificar este fato o gestor afirmou:

É muito restrito e como o perfil do hotel é um perfil bem de hotel de negócios, não tem um perfil de hotel de lazer, então isso restringe um pouco a presença de algum hóspede ou passageiro com necessidades especiais (Gestor 06).

A norma da ABNT NBR 9050 é bem clara quando determina a porcentagem de UHs em estabelecimentos hoteleiros, ou seja, independentemente do tipo ou classificação dos hotéis estes devem seguir o mínimo que estabelece a norma. Além disso, observou-se nesta pesquisa que há, ainda que minimamente, pessoas com deficiência que viajam por motivos de negócios. Por esta razão, a afirmativa de que por ser um hotel de negócios não haja a necessidade de quartos adaptados torna-se falsa diante dos dados apresentados. Além disso, o próprio Gestor 06 confirmou que recepcionou em 12 meses de 01 até 05 vezes uma pessoa com deficiência. Logo, é inegável a necessidade de mais quartos acessíveis neste estabelecimento de hospedagem. Estes dados podem ser observados na tabela a seguir.

**TABELA 02** – Descrição dos Hotéis

Hotéis	Tempo do Hotel	Nº de Unidades Habitacionais (UH)	Nº de UH Adaptadas	% de UH Adaptadas	Média de Hospedagem de PCD em 1 ano
Hotel 01	17 anos	111	5	4,5%	De 15 até 20 vezes
Hotel 02	13 anos	60	3	5%	De 15 até 20 vezes
Hotel 03	10 anos	84	4	4,7%	De 06 até 09 vezes
Hotel 04	16 anos	54	3	5,5%	De 01 até 05 vezes
Hotel 05	3 anos	51	2	3,9%	De 06 até 09 vezes
Hotel 06	5 anos	140	1	0,7%	De 01 até 05 vezes
Hotel 07	42 anos	173	2	1,1%	Mais de 20 vezes
Hotel 08	2 anos	50	4	8%	De 10 até 15 vezes

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013.

Ainda sobre a descrição dos hotéis, observa-se que todos os estabelecimentos possuem uma considerável média de hospedagem. Esta média mesmo que seja mínima, como no caso do Hotel 06, ou máxima como o Hotel 07, confirma que seja motivada pelos negócios ou por lazer, é inegável que as pessoas com deficiência estão realizando viagens e consumindo os serviços turísticos e hoteleiros.

## **Barreiras de Acesso nos Equipamentos Hoteleiros**

Como já observado, Sasaki (2009) elenca seis barreiras que são consideradas desafiadoras para as pessoas com deficiência, porém, para atender aos objetivos deste trabalho, nesta dimensão de análise serão observadas apenas as seguintes dimensões: barreiras atitudinais e programáticas.

### **Dimensão Atitudinal**

A barreira atitudinal está vinculada aos preconceitos, estereótipos, estigmas e discriminações presentes na sociedade. De acordo com alguns entrevistados, os direitos nem sempre são tão assegurados e as barreiras atitudinais, mesmo que de maneira sutil, ainda estão presentes na sociedade brasileira, como relata a PcD02 e a PcD07.

Primeiro eu conduzo a coisa como um usuário normal que busca uma diária [...] Uma vez como turista indiquei as datas que eu queria na reserva e ela deu ok, aí quando eu disse que era deficiente, ela disse que não tinha vaga para deficiente (PcD02).

Certa vez eu liguei para um hotel para fazer uma reserva, daí quem atendeu simplesmente falou que o hotel na tinha nenhum tipo de adaptação pelo fato do hotel não receber esse tipo de gente (PcD07).

A estratégia utilizada pelo entrevistado 02 e relatada no excerto acima só ressaltou uma atitude costumeira nos estabelecimentos hoteleiros. Os hotéis, por não possuírem a quantidade suficiente de quartos adaptados ou talvez, nem os terem, rejeitam muitas solicitações de reservas feitas por pessoas com deficiência. Esta já se configura uma barreira atitudinal nos meios de hospedagem, pois o indivíduo com deficiência, assim como qualquer outro, tem o direito de consumir os serviços oferecidos por qualquer tipo de empresa turística.

No caso da atitude da encarregada de reservas, que atendeu a PcD07, pareceu bem hostil, pois ela utilizou uma expressão que causou desconforto na entrevistada. Já no tocante a experiência relatada pela PcD02 foi tão desrespeitosa quanto a primeira, pois se desconhece a existência de vagas para deficientes e para não deficientes, vaga assim o é independente das particularidades dos hóspedes. Seguindo a lógica da encarregada de reservas, haveria também vagas para negros, idosos, gays, grávidas etc.? Vale salientar que esta atitude não pode ser considerada igual em todos os estabelecimentos, pois de acordo com um dos gestores entrevistados existem hotéis que não fazem distinções desta natureza.

O que nós podemos oferecer, nós oferecemos, certo? Desde um atendimento diferenciado, das reservas, a atenção, também se preocupando em que a pessoa possa pedir, dando ao seu tipo de necessidade as acomodações no hotel (Gestor03).

Ainda sobre o atendimento do setor de reservas citado anteriormente, na melhor das hipóteses, talvez ela tenha entendido que a PcD02 estava solicitando um quarto adaptado. Mas um fato é inegável, a resposta dela causou um forte impacto negativo no entrevistado. Pelo que fora relatado, a atitude dela causou na PcD02 uma sensação de exclusão, segregação, discriminação devido a sua deficiência. Neste caso específico a barreira atitudinal foi referente à própria deficiência, mas existem casos que esta barreira é sentida mediante a falta de preparo dos funcionários e a falta de qualidade nos serviços. Esta segunda maneira foi exposta pela PcD03.

Uma vez eu cheguei a um hotel e a pessoa da recepção não queria entrar com a minha cadeira de rodas. (PcD03)

Como percebido pelos discursos suprarrelatados, a barreira atitudinal é tão perspicaz nos meios hoteleiros que chega a ser imperceptível por algumas pessoas com deficiência entrevistadas, ou seja, muitos entrevistados nunca perceberam qualquer indício de preconceito no transcorrer das suas hospedagens.

Eu acho que como eu costumo ir a hotéis com acessibilidade, eles estão acostumados a receber pessoas cadeirantes, estão preparados (PcD11).

Tenho sempre momentos de solidariedade, em que os funcionários procuram facilitar ao máximo a minha estada. Mas, esclareço mais uma vez, minha mãe faz sempre ampla pesquisa sobre o hotel (PcD14).

Confirmando o que diz a literatura, a quebra da barreira atitudinal consiste na aquisição do conhecimento, ou seja, quando os indivíduos envolvidos com a hotelaria buscam entender alguns acontecimentos, tais como a acessibilidade, as pessoas com deficiência e como bem recebê-los. Segundo o Gestor01, os colaboradores do seu hotel possuem uma ótima preparação para atender as pessoas com deficiência e isto se deve ao fato de eles terem recebido um treinamento.

Primeiramente foi feita uma visita a FUNAD. Depois disso eu pedi para que eles viessem aqui pra dizer e mostrar como tratar, até porque o treinamento consiste em deixar o deficiente como sendo uma pessoa normal - e ele é normal! - a gente é que muitas vezes vê diferente. É por isso que o treinamento trazendo o pessoal da FUNAD foi interessante. Quando chega um cadeirante, tiram os impedimentos da mesa, já deixam bem adaptada a cadeira em volta dela. E isso já faz a diferença (Gestor01).

Uma situação que eu sempre acho agradável em relações há hotéis é eles (os hotéis) estarem ampliando e buscando novos recursos para a qualificação ao atendimento às pessoas com necessidades especiais (PcD09).

Comparando os diálogos das pessoas com deficiência entrevistadas e dos gestores, fica mais uma vez claro que o preparo das pessoas envolvidas com a hotelaria contribui tanto para a hospitalidade, quanto para a ruptura da barreira atitudinal. Esta barreira envolve vários fatores simples de serem resolvidos, pois assim como o Gestor 01, outros estabelecimentos hoteleiros podem buscar auxílio nos órgãos competentes e fomentadores da causa ligada aos deficientes, tais como a Fundação de Apoio ao Deficiente (FUNAD) e Associação de Deficientes Motores (ADM).

### **Dimensão Programática**

A dimensão programática tem como principal função a eliminação das barreiras invisíveis existentes em decretos, leis, regulamentos, normas, políticas públicas, conceitos. Estas barreiras se apresentam muito sutilmente e na prática impedem ou dificultam que as pessoas com deficiência utilizem os serviços.

Para tanto, ao se comparar a visão sobre acessibilidade dos gestores e das pessoas com deficiência física encontram-se conceitos distintos, mas complementares. Na realidade, estas diferenças se devem ao fato de serem várias opiniões, elaboradas sob duas óticas diferentes e

em representações sociais distintas. Mediante a análise de todas as respostas sobre o que é acessibilidade, os discursos que melhor resumem a ótica de todas as pessoas com deficiência entrevistadas serão apresentados a seguir.

Acessibilidade é o que te leva a um caminho que você pode percorrer (...) um lugar, uma cidade, um estado, um país, um mundo, que você pode rodar, sem barreiras, por completo. Um lugar sem barreiras (PcD03).

Acessibilidade é o direito de eu estar onde eu quero, de estar de uma forma que eu me sinta segura, confortável que eu consiga fazer o necessário, o que eu fui fazer em determinado lugar e fazer. Por exemplo, o direito ao lazer, o direito ao estudo, eu acho que ter condições (PcD08).

Acessibilidade é para todos. Eu não tenho que fazer simplesmente adaptações eu tenho criar acesso (PcD15).

Para tanto, a acessibilidade serve não somente para as pessoas com deficiência, mas para todos, dando as condições e possibilidades de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de edificações públicas, privadas e particulares, dos seus espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, proporcionando a maior independência possível e dando ao cidadão com deficiência ou àqueles com dificuldade de locomoção, o direito de ir e vir a todos os lugares que necessitar, seja no trabalho, estudo ou lazer. Enfim, respeitar as pessoas com deficientes é, acima de tudo, proporcionar um ambiente livre de barreiras e, conseqüentemente, viabilizar o acesso. Vale salientar ainda que deficiência não é sinônimo de doença, como assim pensam algumas pessoas.

Existem algumas praias aqui na Paraíba que não tem acessibilidade nenhuma, não tem escada... É ruim até pra nós que somos pessoas com saúde, imagina pra quem precisa da acessibilidade (Gestor 04).

Ainda sobre o conceito de acessibilidade, mediante a análise de todas as respostas dos gestores hoteleiros entrevistados, os discursos que melhor resumem a ótica destes serão apresentados a seguir.

Acessibilidade é justamente atender ao cliente que tem alguma deficiência, e que logicamente dar a mesma importância ou até mais, por que devido a essa deficiência tem que dar uma atenção mais especial ainda né!? (Gestor 02).

Acessibilidade é um acesso prioritário aos deficientes, as gestantes, aos idosos. São os acessos que priorizem estas pessoas (Gestor 05).

Ao se contrastar a visão dos consumidores com a dos gestores, infere-se que a forma destes entenderem a acessibilidade está um pouco aquém do que realmente esperam e conceituam as pessoas com deficiência. Na realidade elas não esperam um atendimento diferenciado, com menor ou maior importância e atenção, por que isso é uma atitude esperada para todos os hóspedes. Elas querem autonomia, ter a liberdade de transitar de forma livre e sem nenhuma barreira. Os indivíduos com deficiência física esperam, prioritariamente, poder exercer o direito de consumir bens e serviços.

No que se refere à demanda por serviços hoteleiros das pessoas com deficiências, alguns gestores entrevistados expressaram que este grupo ainda não é um nicho de mercado muito forte, contradizendo o que advoga a literatura.

A gente recebe muito pouco esse público e quando recebe a gente não tem um treinamento ou estrutura para recebê-lo. Até no nosso próprio curso não ensina nada de como tratar as pessoas com deficiência (Gestor 05).

A gente não tem algo direcionado, específico, fechado. Em relação ao atendimento específico pra esse público, como o nível de procura é bem baixo então isso não se torna algo essencial dentro da questão do hotel, até por que a gente recebe pouquíssimas solicitações desse público (Gestor 06).

Como observado no excerto extraído do discurso do Gestor 05 e 06, as políticas de acessibilidade voltadas para as pessoas com deficiência não são levadas em consideração, logo não são implantadas nos equipamentos hoteleiros, por alguns gestores julgarem desnecessário, tendo em vista a demanda deste público. No entanto, o que estes administradores hoteleiros se esquecem, é que a acessibilidade não se trata de um diferencial, ou uma opção, trata-se de uma norma, uma lei outorgada e que deve ser cumprida. Na visão das pessoas com deficiência que foram entrevistadas, estes gestores estão perdendo um grupo de consumidores importante e economicamente ativos.

Muitos brasileiros com deficiência preferem viajar para fora do Brasil em busca de melhores qualidades nestes serviços e produtos. Sem contar que estão perdendo outras grandes fatias de Pessoas com Deficiência e idosos estrangeiros que detêm renda para viajar e buscar esses serviços (PcD13).

Para tanto, observa-se que para que estes gestores consigam atender com qualidade a este público primeiramente eles devem ampliar o leque de possíveis consumidores e evitar problemas com possíveis acidentes com hóspedes, ou seja, evitar as barreiras que foram citadas anteriormente e viabilizar a autonomia destes nas áreas habitacionais, recreativas e alimentícias.

Trata-se de um ato de cidadania, um dever dos gestores e empresários, o respeito às leis do país e reconhecimento sobre a diversidade humana. Sem contar que o público desse segmento detém uma bela fatia de renda que permite o acesso ao trabalho e por isso as viagens são comuns hoje em dia para profissionais com deficiência. Existe uma grande demanda de PcDs que buscam o lazer e viagens, portanto consumidores como os demais cidadãos e por isso merecem todo e respeito e reconhecimento de gestores de equipamentos de lazer e turismo (hotéis, resorts, etc.) (PcD07).

Como exposto anteriormente, um dos motivos da falta de interesse ou das atitudes equivocadas com relação às pessoas com deficiência é a falta de conhecimento sobre este universo. Por esta razão, uma maneira destes gestores entenderem melhor este universo da acessibilidade seriam eles procurarem alguma associação de deficientes, com uma estrutura boa, próximo onde ele morasse, para sugerir um possível treinamento com os colaboradores, ajuda na (re)adaptação das unidades habitacionais, bem como assessoria para evitar as barreiras de acesso.

## **Considerações Finais**

O objetivo principal desta pesquisa, que era ‘identificar as ações de acessibilidade em meios hoteleiros, principalmente no tocante a dimensão atitudinal e programática, bem como

sua implantação na visão dos gestores hoteleiros e das pessoas com deficiência física consumidoras deste serviço’, foi plenamente alcançado. Para tal, a revisão da literatura, bem como as entrevistas e análises destas se revelaram propulsores para se atingir o referido objetivo.

Ainda sobre o objetivo principal da pesquisa, para que o mesmo fosse completamente atendido foi necessário entrevistar dois tipos de sujeitos, um principal, as pessoas com deficiência, e outro secundário, os gestores hoteleiros, para que a partir disto fosse possível identificar as barreiras atitudinais e programáticas, assim como a implantação destas na visão de ambos os sujeitos.

De acordo com as entrevistas com os gestores a hospitalidade não apareceu como um critério fundamental para a qualidade nos serviços hoteleiros. Para eles, devido à falta de demanda das pessoas com deficiência, as ações voltadas para estes indivíduos não são considerados fundamentais para as políticas do hotel. Por esta razão, alguns estabelecimentos hoteleiros, representados pelos gestores entrevistados, limitam-se a cumprir apenas o básico para alcançar um ambiente acessível. E, em alguns casos relatados pelos consumidores com deficiência, nem o básico alguns hotéis oferecem.

Observou-se que o ponto mais destoante foi com relação à demanda por serviços hoteleiros, pois enquanto os gestores afirmam veementemente a inexistência ou a baixa procura das pessoas com deficiência por serviços hoteleiros, os consumidores com deficiência elencam motivos, justificam e demonstram que consomem, com frequência, os serviços turísticos.

Outro ponto discordante foi com relação ao conceito de acessibilidade, pois os gestores hoteleiros entrevistados sempre atrelam o acesso às questões estruturais do hotel e, além disso, olvidam-se das outras dimensões apresentadas neste estudo. Já os consumidores com deficiência, na maioria dos discursos, ligam a acessibilidade ao ato de ir e vir, de poder consumir com autonomia e segurança, de ter os seus direitos assegurados e poder ter acesso a todos os ambientes do hotel, inclusive o recreativo.

Em termos acadêmicos, este trabalho pôde contribuir para o universo de trabalhos científicos na área de administração. Além disso, tal estudo está inserido na linha de pesquisa de marketing e sociedade, cujo foco é a o equilíbrio das trocas e a defesa do consumidor potencialmente vulnerável.

Para tanto, este estudo propõe uma ampliação dos estudos na esfera do Marketing Social, entendendo que a acessibilidade é um possível assunto estudado pelo marketing. Além disso, sugere-se que pesquisadores da área de marketing atentem para o bem-estar do consumidor com deficiência física, tendo em vista que é um grupo crescente no Brasil, como apontam os dados do IBGE, mas que em ambientes de consumo estão sendo relegados à condição de inválidos e improdutivos.

Desta maneira, diante do que foi apresentado no decorrer do trabalho, pode-se concluir que muitos indivíduos com deficiência são impossibilitados de ter o pleno acesso aos meios de hospedagem, pois existem nestes ambientes as barreiras atitudinais e programáticas citadas por Sasaki (2003, 2006, 2009).

Para tanto, a principal limitação desta pesquisa foi com relação aos informantes que muitas vezes pareciam desconfiados com as reais intenções da entrevista. Além disso, muitas vezes os entrevistados divagavam sobre assuntos que não tinham uma relação direta com a pesquisa, para isso era necessário que o pesquisador estivesse retomando para a centralidade da pesquisa. Para os estudos futuros sobre a acessibilidade nos serviços turísticos propõe-se a realização de análises comparativas entre culturas distintas, sejam esses entre países ou mesmo entre as regiões do Brasil.

## Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 9050**: acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, 2002.

BAKER, S. M.; HOLLAND, J.; KAUGMAN-SCARBOROUGH, C. How consumers with disabilities perceive “welcome” in retail services capes: a critical incident study. **Journal of Service Marketing**, v. 21, n. 3, p. 160-173, 2007.

BRASIL. Senado Federal. **Estatuto da pessoa portadora de deficiência**: a natureza respeita as diferenças. 3. ed. Brasília: Senado Federal, 2003. Disponível em: <<http://www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/7>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo e Acessibilidade**: manual de orientações. MTUR. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/cadernos\\_publicacoes/18\\_Manual\\_Acessibilidade.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/18_Manual_Acessibilidade.html)>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRINCKMANN, Wanderleia Elisabeth; WILDGEN, Jairo Sidnei. Desafíos para los estudiosos del turismo: la construcción de la "sociedad inclusiva" y del "turismo accesible". **Cuadernos de Turismo**, n. 11, p. 41-58, 2003.

BURNETT, J. What services marketers need to know about the mobility-disabled consumer. **The Journal of Services Marketing**, v. 10, n. 3, p. 3-20, 1996.

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: \_\_\_\_\_; BARBOSA, L. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CASTELL, L. Building access for the intellectually disabled. **Facilities**, v. 26, n. 3/4, 2008.

DUARTE, C. R. S.; COHEN, R. Proposta de metodologia de avaliação da acessibilidade aos espaços de ensino fundamental. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL NUTAU: INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS E SUSTENTABILIDADE, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FAU/USP, 2006.

GOODRICH, K.; RAMSEY, R. Are consumers with disabilities receiving the services they need? **Journal of Retailing and Consumer Services**, 2011.

GOULART, R. **As viagens e o turismo pelas lentes do deficiente físico praticante do esporte adaptado**: um estudo de caso. 2007. Dissertação (Mestrado em Turismo)– Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

KAMIO, L.; SASSI, O. C. Inclusão social no Turismo. **Revista Multidisciplinar da UNIESP – Saber Econômico**, São Paulo, n. 9, jun. 2010.

KAUGMAN-SCARBOROUGH, C.; BAKER, S. Do people with disabilities believe the ADA has served their consumer interests. **The Journal of Consumers Affairs**, v. 39, n. 1, p. 1-26, 2005.

LOPES, M. C. Políticas de inclusão e governamentalidade. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 34, n. 2, 2009.

MANENTE, M.; RODRIGUES, O.; PALAMIN, M. Deficientes auditivos e escolaridade: fatores diferenciais que possibilitam o acesso ao ensino superior. **Revista Brasileira de Educação Especial**, v. 13, n. 1, p. 27-42, 2007.

MENDES, B. C.; DE PAULA, N. M. A hospitalidade, o turismo e a inclusão social para cadeirantes. **Revista Turismo em Análise**, v. 19, n. 2, p. 329-343, 2008.

RUDELL, J.; SHINEW, K. The socialization process for women with physical disabilities: the impact of agents and agencies in the introduction to an elite sport. **Journal of Leisure Research**, v. 38, n. 3, p. 421-444, 2006.

SASSAKI, R. K. **Inclusão no lazer e no turismo**: em busca da qualidade de vida. São Paulo: Áurea, 2003a.

\_\_\_\_\_. **Como chamar as pessoas que têm deficiência**. São Paulo: RNR, 2003b.

\_\_\_\_\_. **Inclusão**: construindo uma sociedade para todos. 7. ed. Rio de Janeiro: WVA, 2006.

\_\_\_\_\_. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, ano XII, mar./abr. 2009.

SCHIVITZ, T. **Acessibilidade**: um passo para a hospitalidade nos meios de hospedagens. 2007. Trabalho de conclusão (Curso em Hospitalidade)– Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

SHI, L.; COLE, S.; CHANCELLOR, H. C. Understanding leisure travel motivations of travelers with acquired mobility impairments. **Tourism Management**, 2012.

SHIMOSAKAI, R. **Turismo para deficientes**. Disponível em: <<http://turismoadaptado.zip.net/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

UPCHURCH, R.; SEO, J. Civic responsibility and marketing positioning: complying with the Americans with Disabilities Act. **Facilities**, v. 14, n. 5/6, p. 48-56, maio/jun. 1996.