

**Acessibilidade em Turismo:
a acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia - GO**

Accessibility in Tourism:

the accessibility of deaf people to the tourist services of Goiânia – GO

Accesibilidad en el Turismo:

la accesibilidad de los sordos a los servicios turísticos de Goiânia - GO

Maxmillian Silva¹

Resumo

Este artigo objetiva discutir a acessibilidade do surdo aos serviços turísticos de Goiânia (GO). Configura-se como uma análise de situação, visto que não se limita a um caso específico (como em um estudo de caso), mas, por outro lado, vislumbra apresentar dados e informações que possibilitem uma percepção da situação pela qual passa o surdo em relação ao turismo. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica em livros, artigos científicos e sites oficiais, tais como do Ministério do Turismo e Organização Mundial do Turismo (OMT), e em banco de dados, principalmente, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), bem como de pesquisa de campo realizada em Libras junto a surdos ligados à Primeira Igreja Batista de Goiânia, ao Sistema Educacional Chaplin e à Universidade Federal de Goiás. A pesquisa permitiu identificar que há demanda turística por parte dos surdos pesquisados e que estes demonstram grande interesse por viagens em grupo. Também foi possível corroborar a hipótese de que a maior dificuldade de acessibilidade do surdo está na comunicação, em que se pese o fato de a maioria dos funcionários de empreendimentos turísticos não ter conhecimento da Língua Brasileira de Sinais ou tê-lo superficialmente.

Palavras-chave: Turismo para Deficientes Físicos; Acessibilidade; Surdo.

Abstract

This article discusses the accessibility of deaf to the touristic services of the City of Goiânia - Estate of Goiás. Set up as a situation analysis, since is not limited to a specific case (as in a case study), but on the other hand, sees present data and information to enable an understanding of the situation through which passes the deaf in relation to tourism. To that, it employed a literature search in books, scientific articles and official sites, such as Ministry of Tourism and World Tourism Organization (WTO), and database, principally of Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), and a field research (in Brazilian Sign

¹ Tecnólogo em Planejamento Turístico pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás - Campus Goiânia. Brasil. maxmillian.silva@gmail.com



Language) conducted with deaf attached to the: Primeira Igreja Batista de Goiânia; Sistema Educacional Chaplin; and Universidade Federal de Goiás. The research identified that there is touristic demand by deaf respondents and they show great interest for group travel. It was also possible to confirm the hypothesis that the greater difficulty of accessibility for the deaf is in communication, mainly the fact that most employees of touristic enterprises to be unaware of Brazilian Sign Language (Libras) or have it superficially.

Keywords: *Tourism for Disabled; Accessibility; Deaf.*

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar la accesibilidad de los sordos a los servicios turísticos en Goiânia – Estado de Goiás. Se configura como un análisis de la situación, ya que no se limita a un caso específico (como en un estudio de caso), pero por otro lado, objetiva presentar datos actuales e información que permitan una comprensión de la situación a cargo del sordo con relación a el turismo. Para tanto, se utilizó una búsqueda en la literatura en libros, en papeles e sitios oficiales, tais como Ministerio de Turismo e Organización Mundial del Turismo (OMT), e em base de datos, sobre todo del Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), así como la investigación de campo realizada en libras a los sordos vinculados a la Primeira Igreja Batista de Goiânia, el Sistema Educacional Chaplin y la Universidade Federal de Goiás. La investigación mostró que hay demanda de turismo por los sordos y que muestran un gran interés en viajes en grupo. También fue posible corroborar la hipótesis de que la mayor dificultad de accesibilidad para las personas sordas es en la comunicación, a pesar del hecho de que la mayoría de los empleados de las empresas turísticas no tienen conocimiento de la Lengua Brasileña de Señales (Libras) o tiene superficialmente.

Palavras-clave: *Turismo para discapacitados. Accesibilidad. Sordo.*

1. Introdução

Observa-se a necessidade latente de acessibilidade em inúmeras áreas, senão todas. O turismo, por sua vez, não está alheio à esta demanda, o que nos faz pensá-lo de maneira a incluir toda e qualquer esfera da sociedade, seja por programas de turismo social, promoção de eventos com efeito filantrópico, ou ainda, por adaptações dos serviços e seus prestadores visando atender pessoas com necessidades específicas².

² Necessidades ou demandas específicas podem ser entendidas como um conjunto de necessidades particulares de um grupo em função de limitações sensoriais, físicas ou psicológicas permanentes ou transitórias. No caso da surdez, essas demandas específicas se concretizam na necessidade de um intérprete de Libras, por exemplo.



Objetiva-se apresentar dados e informações coletadas na pesquisa de campo para o Trabalho de Conclusão de Curso – TCC do Curso Superior de Tecnologia em Planejamento Turístico que versou sobre a acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia-GO, visando contribuir com as ações voltadas para a acessibilidade desse grupo aos serviços turísticos, bem como aprofundar o debate sobre o tema.

Para tanto, este trabalho se encontra dividido em três partes. A primeira parte apresenta os conceitos de turismo, de turismo acessível e de turismo acessível do ponto de vista das pessoas com surdez, que foram elaborados ao longo do TCC supracitado. Na segunda parte é apresentada a metodologia utilizada na pesquisa. E, por fim, a terceira parte se encarrega de apresentar os resultados da pesquisa. As considerações finais do estudo se encontram em seguida³.

2. Desenvolvimento Conceitual

Há muito o Setor Serviços tem sido objeto de estudos e análises econômicas que, desafortunadamente, não redundaram em uma definição palpável do que realmente se constitui esse setor da economia. A grande dificuldade observada é com relação à sua heterogeneidade, que também é responsável por seu desenvolvimento e importância notáveis na economia. Apesar de tais análises serem realizadas desde 1930 os estudos e classificações passaram a ter maior significado a partir da década de 1970, quando da efetiva visão da importância do Setor Serviços, inclusive nas economias industriais, especialmente após seu grande incremento no pós-guerra. (MELO, *et. al.* 1998)

O turismo é, sem dúvida, a atividade de maior crescimento no Setor Serviços na atualidade. Além das movimentações inerentes ao seu segmento, o turismo tem a capacidade de mobilizar outros setores da economia, fazendo com que, por exemplo, bares, restaurantes, empresas de locação de veículos, artesãos entre outros, se adequem às suas particularidades. Essa característica irradiadora do turismo lhe permite atuar tanto na geração de emprego, por ser

³ Para o aprofundamento no assunto desse artigo sugere-se a leitura dos trabalhos referenciados ao longo do texto, bem como ao TCC que deu origem a este artigo, que pode ser consultado no Departamento I do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Câmpus Goiânia, Situado a Rua 75, nº 46, Setor Central. Goiânia-GO. CEP 74055-110.



uma atividade essencialmente prestadora de serviços, quanto na geração de divisas e distribuição de renda.

A palavra turismo é carregada de mitos. Tem-se difundido a ideia de que é uma atividade de muitos lucros e *status*, que não requer de seu profissional o mesmo empenho que outras áreas consagradas requerem. Há também sua relação com o lazer, que, se vista como única, constitui-se em um equívoco, pois, segundo a OMT, a classificação por segmento receptivo⁴, emissivo⁵ e interno⁶ é a seguinte: 1. Lazer, recreio e férias; 2. Visita a parentes e amigos; 3. Negócios e motivos profissionais; 4. Religião/peregrinação; 5. Outros. Portanto, lazer é apenas um dos elementos que definem a demanda turística.

Com relação à oferta turística pode-se pensar que esta se constitui tão-somente da presença de belezas naturais, o que não é verdade, visto que se tornam tão importantes quanto as belezas naturais, os aspectos sociais, históricos e culturais, bem como a construção de infraestrutura geral, ou seja, aquela que é utilizada pelos habitantes e serve de suporte para os turistas, tais como estradas, iluminação, comércio etc., e de infraestrutura específica – hotéis, meios de transporte, aeroportos, pessoal qualificado.

O conceito de Turismo adotado neste trabalho é o utilizado pela Organização Mundial do Turismo – OMT

activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related with exercise of an activity remunerated from within the place visited.⁷ (TSA RMF⁸ in WTO, 2001)

A partir desse conceito e dos apontamentos de Sasaki *apud* Almeida e Kushano (2008) sobre inclusão, do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) acerca da acessibilidade e de Almeida

⁴ É o adjetivo relativo aos locais que recebem turistas ou às empresas e serviços prestados por eles no local de visitação (ex.: núcleo receptivo).

⁵ Adjetivo relativo aos locais de onde partem os turistas ou aos serviços prestados por empresas aí instaladas (ex.: mercado emissivo)

⁶ É o resultante da atividade turística realizada no próprio país.

⁷ Atividades das pessoas em viagem e visita a lugares fora de seu ambiente habitual por no máximo um ano consecutivo, para lazer, negócios e outros fins não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado. (tradução livre do autor)

⁸ Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework.



(2008), que trata das barreiras encontradas que impedem a acessibilidade por parte das pessoas com necessidades específicas, pode-se chegar ao conceito de turismo acessível: é o tipo de turismo que permite a fruição dos espaços, equipamentos e serviços turísticos diversos por parte das pessoas com necessidades específicas, com segurança, autonomia e ausência de barreiras.

Por fim, o turismo acessível do ponto de vista das pessoas com surdez pode ser definido como aquele que respeita e promove a igualdade entre as pessoas, os direitos humanos, em especial os direitos das pessoas com surdez, e que lança mão da Língua Brasileira de Sinais - Libras - como ferramenta de comunicação. Para se chegar a esse conceito, tomou-se como base os apontamentos de Baró *et al* (1999), o Código Mundial de Ética do Turismo (principalmente o Art. 2) e o Decreto 5.626, de 22 de dezembro de 2005.

2.1. Apontamentos iniciais sobre identidade e diferença

Apesar de muito discutida na teoria social, não é possível apontar uma colocação – como uma fórmula matemática – que dê conta de responder/definir questões sobre a identidade de um sujeito, sobretudo em função das inúmeras e profundas mudanças vivenciadas pela sociedade, tais como o surgimento de atrativos materiais diversos, a atuação das pessoas em diversas áreas diferentes, assumindo posições diferentes, a conversão da vida rural em vida urbana e etc.

O sujeito pós-moderno se encontra em uma “crise de identidade” (HALL, 2006). É possível a constatação de identidades diferentes sendo assumidas por um mesmo sujeito na medida de suas necessidades. Hall aponta que o “sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente” (HALL, 2006, p. 13).

Tendo em vista essa volatilidade da identidade, Hall demonstra que a identificação pode ser ganha ou perdida, tornando-se politizada e, assim, podendo constituir “uma mudança de política de identidade (de classe) para uma política de diferença” (HALL, 2006, p. 21).

Ora, a identificação é algo em processo, daí o fato de poder ser ganha ou perdida, é dependente, e atrelada ao que pode acontecer. Entretanto, o estabelecimento ou a conquista de uma identificação não anula a diferença. (HALL, 2006)



Neste ponto é possível constatar a flexibilidade da identificação direcionada às pessoas com deficiência. Conforme Hall, “como todas as práticas de significação, ela [a identificação] esta sujeita ao “jogo” da *différance*” (HALL, 2009, p. 106). Assim, conforme a visão predominante a respeito da diferença de dado sujeito estabelece-se uma dada denominação.

Em referência às pessoas com deficiência, até os anos 1960 tinha-se ainda a visão de defeituosos, inválidos. Já na década de 1980, usa-se a expressão “pessoas deficientes”, mas que deixa de ser usual com o surgimento de nova expressão: “pessoas com necessidades especiais” e, já na metade de 1990, conseqüentemente, surge a expressão “portadores de necessidades especiais”. Entretanto, tende-se a excluir o termo “portadora”, visto que o sujeito não porta sua deficiência, ele tem tal deficiência. (ALMEIDA, 2008)

Igualmente, importa pontuar que:

em consonância com a realidade dos surdos, a terminologia que melhor se adéqua é a expressão ‘Surdo’, termo pelo qual os surdos se reconhecem a si mesmos e se autodefinem com melhor aceitação, desmistificando terminologias como: surdo-mudo, surdinho, mudinho, que não condizem com sua realidade de identificação (ALMEIDA, 2008, p. 28)

Para Dorziat (2003), a expressão ‘surdo’ torna-se mais adequada para identificação dos processos culturais da surdez e o termo deve ser aceito como o mais apropriado. Ela representa uma tentativa de minimizar o processo de estigmatização dessas pessoas, favorecendo a identificação do surdo como diferença. (ALMEIDA, 2008, p. 30)

Aqui, não se está limitando a identidade a questões de nomenclatura, mas entende-se que o termo corrente influencia significativamente as posições do sujeito, ou mesmo que estas definem aquele.

É importante considerarmos o foco na diferença e não na deficiência em si, tendo em vista a busca pela identificação de um sujeito e não da inclusão na sociedade de uma classe de anormais. A identidade que o sujeito incorpora lhe confere condição de igual aos demais componentes de determinada comunidade – de igual identidade, obviamente –, assim, pode-se



atribuir a este o *status* cidadão, o direito a cidadania, e esta é como que um garantidor de seus direitos universais ante a comunidade. (LAVALLE, 2003)

No recorte aqui apresentado, destaca-se entre os diversos direitos do cidadão, sobretudo o cidadão surdo, seu direito ao lazer, aqui expresso no acesso a equipamentos e serviços turísticos. Assim, algumas questões podem ser levantadas: o direito ao turismo tem sido garantido ao surdo? Existe preocupação em tornar os equipamentos e serviços turísticos acessíveis aos surdos? Preocupa ainda se o foco de uma inclusão ao turismo é a deficiência ou a diferença.

3. Metodologia

A pesquisa apoiou-se em uma metodologia composta de três fases, a saber: i) revisão bibliográfica visando delimitar os termos utilizados para o desenvolvimento da pesquisa, tais como: acessibilidade, acessibilidade em turismo e outros que se fizeram necessários; ii) pesquisa em bancos de dados do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, do Ministério da Educação – MEC, e outros que se fizeram necessários, tendo como objetivo a identificação e distribuição da população surda no Brasil, Centro-Oeste e Goiânia, qual seja em termos econômicos, sociais e/ou culturais a partir dos termos/conceitos definidos na fase anterior; e iii) pesquisa de campo, sendo, basicamente, a aplicação de questionários, apresentados aos surdos em Libras, com o intuito de levantar dados locais sobre a comunidade surda de Goiânia vinculada, direta ou indiretamente, às instituições pesquisadas.

Vale dizer que os dados buscados foram qualitativos e quantitativos, em função da profundidade da pesquisa e necessidade de elaboração de um quadro real e próximo do ambiente que foi delimitado para a pesquisa.

Os questionários aplicados foram compostos de perguntas abertas e fechadas, visando coleta de informações profundas, tais como: visão da atividade turística, experiências passadas, perspectivas quanto ao setor, e objetivas, tais como: faixa de renda, faixa salarial, escolaridade, gênero, entre outras.



Desta forma, a pesquisa junto aos surdos ligados às instituições escolhidas objetivou o levantamento de dados e informações de caráter socioeconômico destes, que permitiram o estabelecimento de inferências quanto ao turismo acessível para tal população. Igualmente, possibilitou o conhecimento sobre questões ligadas diretamente ao turismo acessível, tais como presença de intérpretes de Libras nos equipamentos turísticos, viagens realizadas pelos Surdos, previsão de viagens, opinião sobre o mercado, etc.

3.1. Composição da amostra

Os sujeitos da pesquisa foram definidos pelo método da amostra intencional ou de seleção racional em que se elegem intencionalmente os grupos pesquisados, sabendo-se que a amostra não representa o universo da população, ou seja, os resultados têm validade para aquele grupo específico, neste caso se relacionam aos surdos.

Assim, o grupo considerado para o desenvolvimento da pesquisa se limitou aos grupos de surdos ligados às seguintes instituições: Sistema Educacional Chaplin (1), Primeira Igreja Batista de Goiânia – Ministério Dynamis (32) e Universidade Federal de Goiás – Curso de Letras/Libras (4), totalizando 37 sujeitos.

Dos 37 questionários respondidos foram descartados dois (da Primeira Igreja Batista). Um deles por falha de impressão que comprometeu significativamente o questionário e outro por conter respostas confusas que inviabilizaram a tabulação. Assim sendo, considerou-se para a tabulação dos dados 35 questionários.

4. Apresentação dos Resultados

Perfil dos pesquisados

A Figura 1 abaixo demonstra que os pesquisados do sexo masculino foram maioria, totalizando 20 sujeitos, contra 15 sujeitos do sexo feminino.

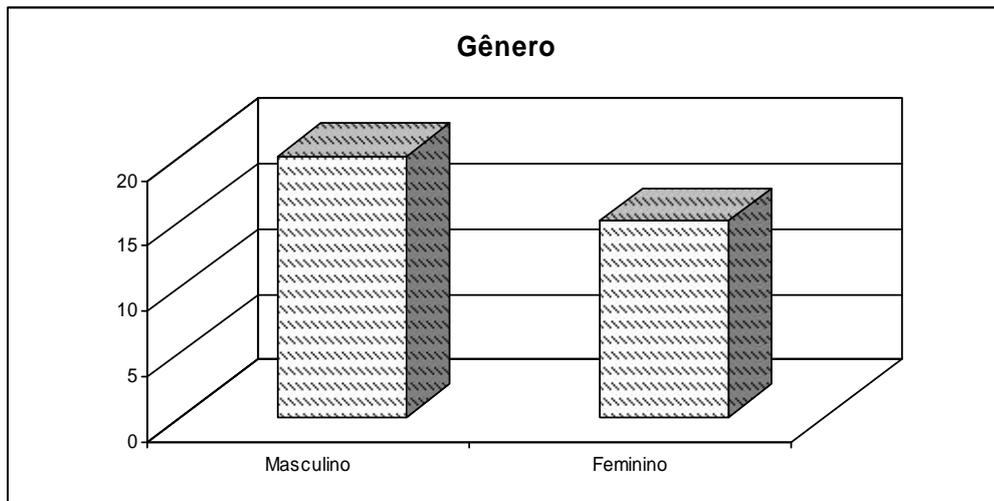


Figura 1: Gênero

Fonte: Elaboração própria do autor.

Os surdos pesquisados tinham, em sua maioria, o Ensino Fundamental Incompleto. Por outro lado, uma quantidade significativa dentro do grupo possuía o Ensino Médio Incompleto e Completo, nove e seis pessoas, respectivamente. Os surdos com Ensino Superior Incompleto eram majoritariamente do sexo feminino. Apenas uma pessoa tinha o Ensino Superior Completo e outra possuía Mestrado. A Figura 2 ilustra os apontamentos relacionados ao Grau de Instrução dos pesquisados.

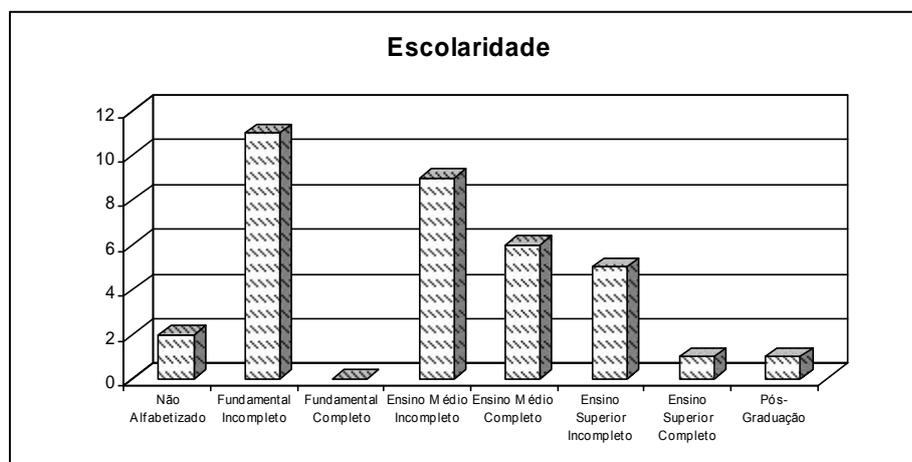


Figura 2: Escolaridade

Fonte: Elaboração própria do autor.

Conforme se verifica por meio da pirâmide etária dos pesquisados, estes eram majoritariamente jovens. A maioria dos homens e das mulheres tinha entre 18 e 29 anos e 30 e 39 anos de idade. A predominância de sujeitos jovens colaborou no que tange à atividade laboral, em que se pese que a maioria dos pesquisados trabalhava, percebendo, portanto, algum rendimento. Tal dado se faz importante, pois o fato de ter algum rendimento lhes oportuniza a aquisição de produtos e serviços diversos, inclusive aqueles ligados ao *trade* turístico.

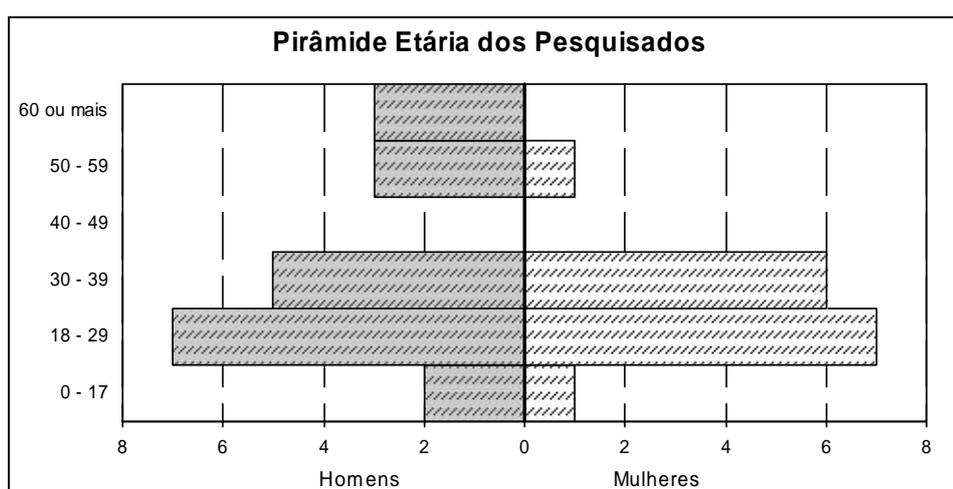


Figura 3: Pirâmide Etária dos Pesquisados

Fonte: Elaboração própria do autor.

Com relação à faixa salarial, identificou-se que a maioria dos surdos contatados possui renda de até um salário mínimo (salário mínimo equivalente a R\$ 510,00). Outro dado importante é a divisão por gênero daqueles com renda acima de um salário mínimo até três salários mínimos: oito homens e uma mulher.

Da mesma forma é importante observar que sete pessoas declararam não ter rendimento (quatro mulheres e três homens).

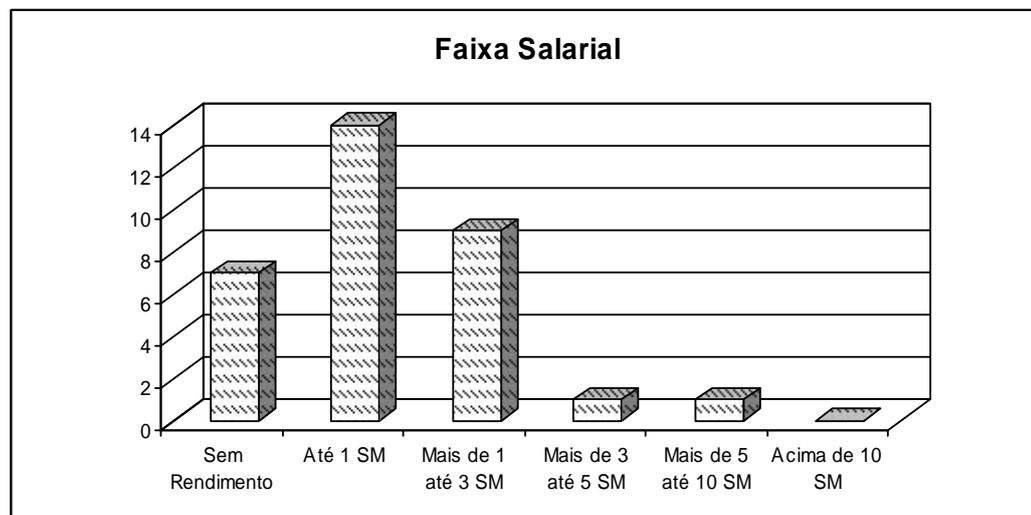


Figura 4: Faixa Salarial

Fonte: Elaboração própria do autor.

SM: Salário Mínimo

* Três pessoas não responderam essa pergunta.

Também foi questionado, visando estabelecimento de um perfil do grupo pesquisado, o grau de surdez. Conforme a Lei 7.853/89 regulamentada pelo Decreto 3.298/99, Art. 4, inciso II, há cinco classificações de graus de surdez: surdez leve (perda de 25 a 40 decibéis (dB)); surdez moderada (perda de 41 a 55 dB); surdez acentuada (perda de 56 a 70 dB); surdez severa (perda de 71 a 90 dB) e surdez profunda (perda acima de 91 dB). O grau de surdez da maioria dos pesquisados é o grau profundo, seguido da surdez severa.

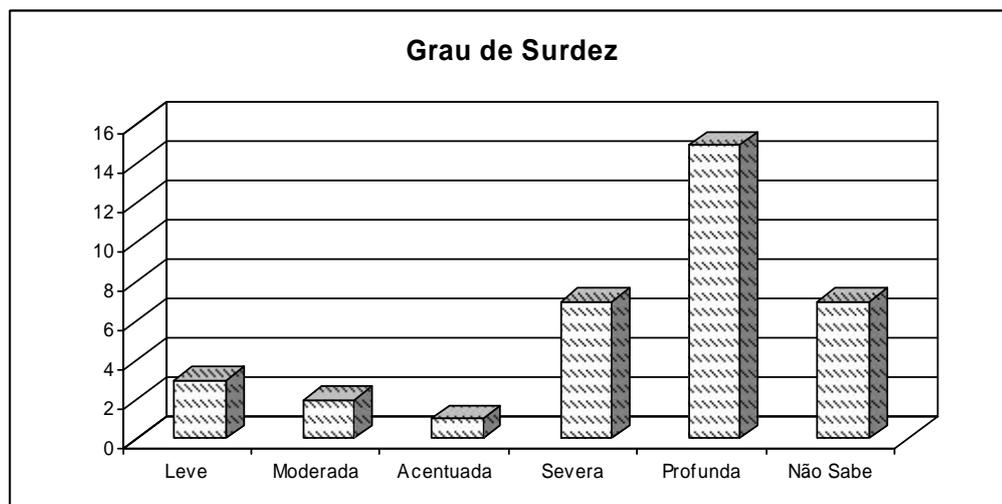


Figura 5: Grau de Surdez

Fonte: Elaboração própria do autor.

Da mesma forma, buscou-se saber qual a forma de comunicação utilizada predominantemente pelos integrantes do grupo pesquisado. Ficou exposto que a Língua Brasileira de Sinais – Libras é a forma de comunicação mais utilizada pelos surdos que participaram da pesquisa. Vale ressaltar que, ao contrário do que se previa, nove pessoas declararam se comunicar por gestos, ou seja, movimentos com as mãos e corpo de maneira informal, sem gramática ou normas como a Libras. Por outro lado, é importante ressaltar que alguns surdos podem entender “gestos” como a própria Libras, ou, ainda, utilizam gestos conscientemente quando conversam com ouvintes que não sabem Libras. Porém, essa hipótese não pode ser tida como categórica, tendo em vista que a opção “Libras” se fazia presente no questionário.

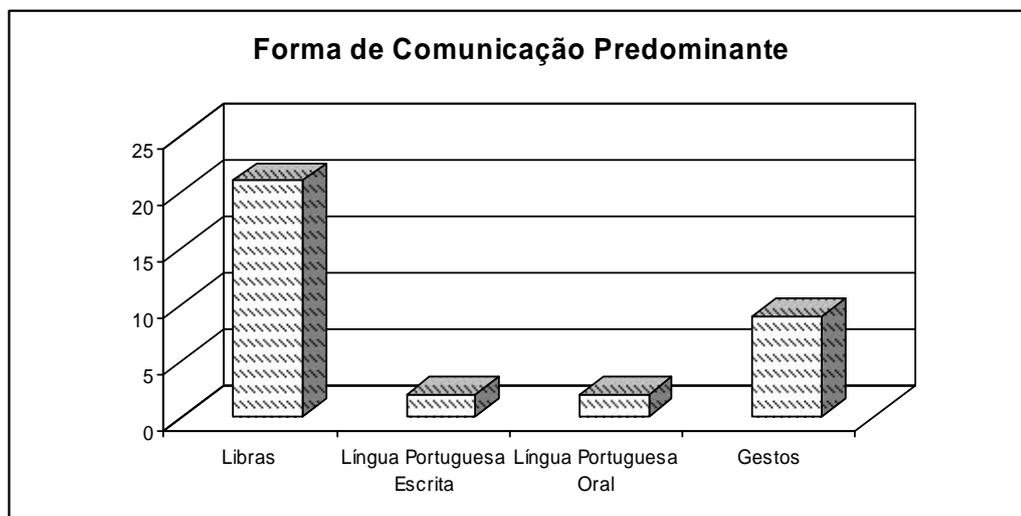


Figura 6: Forma de Comunicação Utilizada Predominantemente

Fonte: Elaboração própria do autor.

* Uma pessoa não respondeu essa pergunta.

Ora, a identificação do grau de surdez e da forma de comunicação predominante se faz importante no que tange às necessidades específicas no atendimento a tal cliente/surdo. Mais especificamente, um surdo de grau severo ou profundo que se comunica por meio da Libras demanda um serviço especializado bastante diferente daquele que deve ser oferecido a um surdo de grau leve que se comunica por meio da Língua Portuguesa Oral, por exemplo.

Aspectos relacionados ao Turismo

Buscou-se saber dos pesquisados se estes tinham ou não o hábito de viajar. Do total de sujeitos, 68,6% declararam que “costumam” viajar e a frequência mais significativa destas viagens é de “uma vez ao ano”.

A classificação da OMT por segmento receptivo, emissor e interno é: 1. Lazer, recreio e férias; 2. Visita a parentes e amigos; 3. Negócios e motivos profissionais; 4. Religião/peregrinação; 5. Outros. Os dados da Figura 7 explicitam que a motivação de viagem mais comum dos pesquisados é a Religião seguida das viagens em função de Férias/Lazer e Visitas a Parentes.

Deve-se ressaltar que o fato de grande parte dos pesquisados estar ligada à Primeira Igreja Batista pode ter tendido para o alto número de respostas “Religião”. No entanto, esta também não é uma hipótese categórica, visto que, por se conhecer a comunidade surda de Goiânia, é sabido que vários surdos buscam estas instituições para se relacionar com outros surdos, como é o caso da própria Igreja Batista, da Paróquia Nossa Senhora da Conceição – Matriz de Campinas, bem como de outras igrejas que formam líderes para o atendimento de surdos.

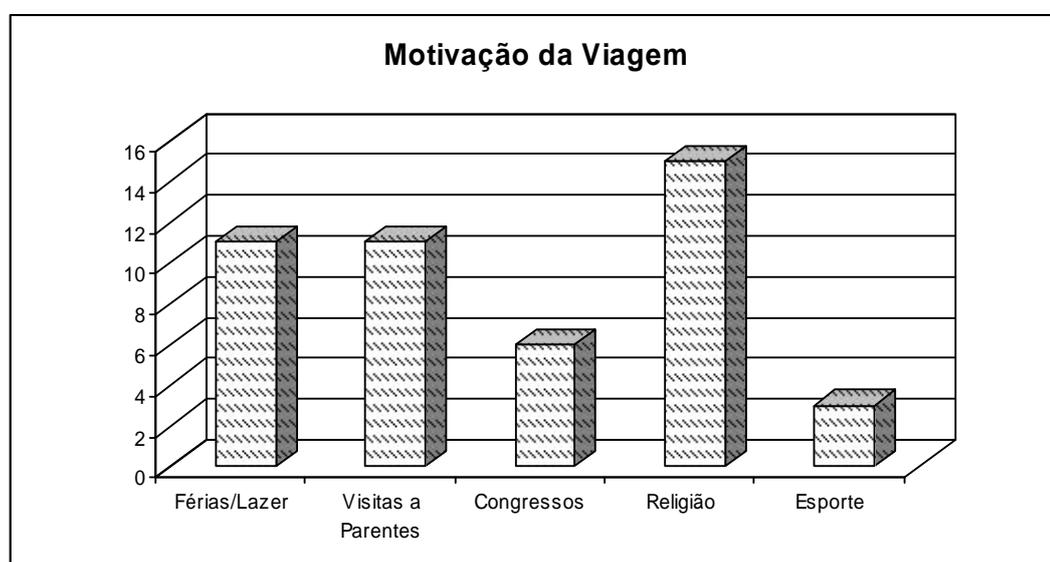


Figura 7: Motivação da Viagem

Fonte: Elaboração própria do autor.

Em relação ao tipo de transporte utilizado ficou evidenciado que o uso mais comum é a viagem em ônibus de linha, seguido de viagens em carro próprio. Essa situação pode ser explicada, em parte, pelo fato de a maioria dos pesquisados terem renda baixa (até um salário mínimo) ou ainda pelas dificuldades específicas de tal população adquirir habilitação para dirigir.

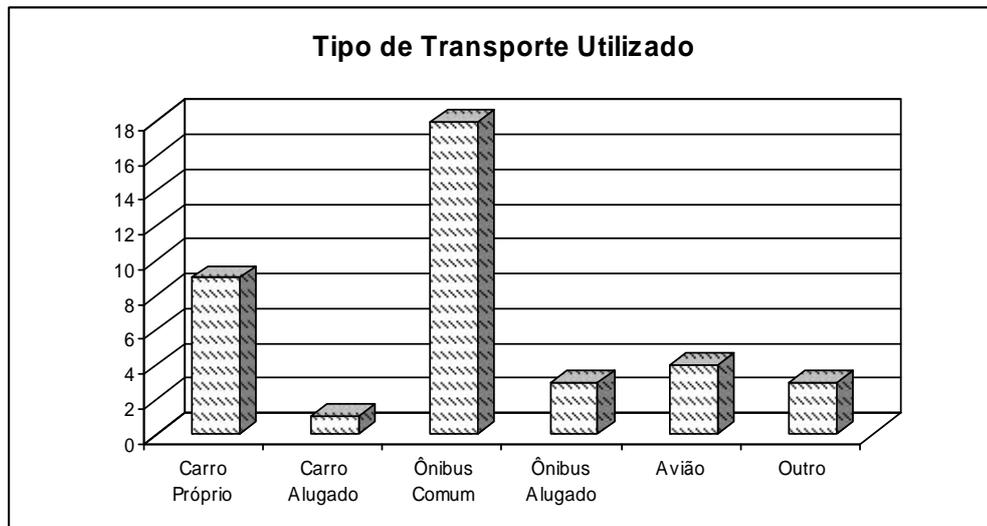


Figura 8: Tipo de Transporte Utilizado

Fonte: Elaboração própria do autor.

Também foi questionado sobre com quem se costuma viajar. Dos 35 pesquisados 25 informaram que costumam viajar com algum “Familiar”, 11 viajam com “Amigo”, dois responderam “Outro” e três pessoas marcaram tanto “Familiar” quanto “Amigo”. Esses dados também permitem identificar as demandas específicas da comunidade surda, visto que um surdo que costuma viajar com parentes ou amigos, que saibam Libras, terá menos dificuldades que um surdo que viaja sozinho. Pode-se inferir, também, que viajam com familiares, pois já se comunicam bem como estes, visto que os serviços turísticos da forma que estão/são oferecidos não lhes confere autonomia para viajarem sozinhos.

Podemos também relacionar esse ponto com o estado civil dos pesquisados, em que 20 são solteiros, 13 casados e dois divorciados. Do total de casados 12 têm cônjuge igualmente surdo e um não especificou. Assim sendo, é importante perceber que o fato de o surdo viajar acompanhado, tanto de seu cônjuge igualmente surdo ou de um ouvinte, aumenta a demanda turística e, portanto, favorece o setor.

Por fim, foi questionado sobre a pretensão de viajar no próximo ano 71,8% dos respondentes⁹ afirmaram ter a intenção de viajar no próximo ano, demonstrando assim que há uma demanda futura para o setor, visto que essa resposta não foge ao que é percebido empiricamente no que

⁹ Três pessoas não responderam essa pergunta.



diz respeito às intenções de viagem da comunidade surda de Goiânia, haja vista a organização de viagens por parte da Associação de Surdos de Goiânia – ASG, acampamentos religiosos, congressos, entre outros eventos que atendem a comunidade pesquisada.

Aspectos relacionados à acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos

Para a identificação de aspectos relacionados à acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia foi questionada qual sua avaliação da acessibilidade do surdo ao turismo, sua avaliação quanto aos intérpretes de Libras, se conhece algum empreendimento turístico que conte com funcionário que saiba Libras e se a atuação desse funcionário é satisfatória. Também foi questionado se nos locais que frequenta ou já frequentou havia meios de apoio ao surdo, tais como placas de sinalização, vídeo em Libras ou cartilhas.

A esses questionamentos 54,3% (19 pessoas) responderam que conhecem empreendimento turístico com funcionário que saiba Libras enquanto 40% (14 pessoas) afirmaram não conhecer. Duas pessoas (5,7%) não responderam essa pergunta. A avaliação desse profissional foi considerada satisfatória para 12 pessoas e não satisfatória para sete, sendo que a justificativa mais apresentada para essa avaliação é a baixa qualificação desse profissional no que tange ao conhecimento da Libras e, portanto, à compreensão do surdo/cliente.

O questionamento em relação aos meios de apoio ao surdo demonstrou que poucos dos locais conhecidos pelos pesquisados possuíam placas de sinalização ou cartilhas em Libras. Por outro lado, uma quantidade significativa dos pesquisados (17 pessoas) respondeu haver “Vídeo em Libras”. O motivo desse resultado está no fato de os pesquisados terem considerado como “Vídeo em Libras” vídeos diversos, inclusive aqueles postados em sites como o Youtube, por exemplo. Vale ressaltar que, de qualquer forma, essas ferramentas favorecem a acessibilidade e o conhecimento do surdo em relação ao turismo.

A Figura 9 apresenta a avaliação do surdo em relação à acessibilidade ao turismo. Como se pode verificar tal avaliação foi positiva, tendendo para os conceitos “Boa”, “Muito Boa” e “Ótima”. Neste ponto, faz-se necessário citar o fato de que, no decorrer da pesquisa, pode-se perceber que os pesquisados não tinham um conceito fundamentado do setor turismo, não compreendendo, portanto, sua complexidade.

Uma observação da acessibilidade do surdo aos serviços turísticos em Goiânia como um todo nos permite inferir que a quase totalidade dos bares, restaurantes, clubes, hotéis, agências de turismo e outros empreendimentos não estão preparados para o atendimento com qualidade desse cliente/turista.

Desta forma, os dados coletados revelam uma percepção específica do grupo pesquisado, que pode estar carregada de experiências ou vivências particulares não refletindo, portanto, a realidade de todo o Município de Goiânia.

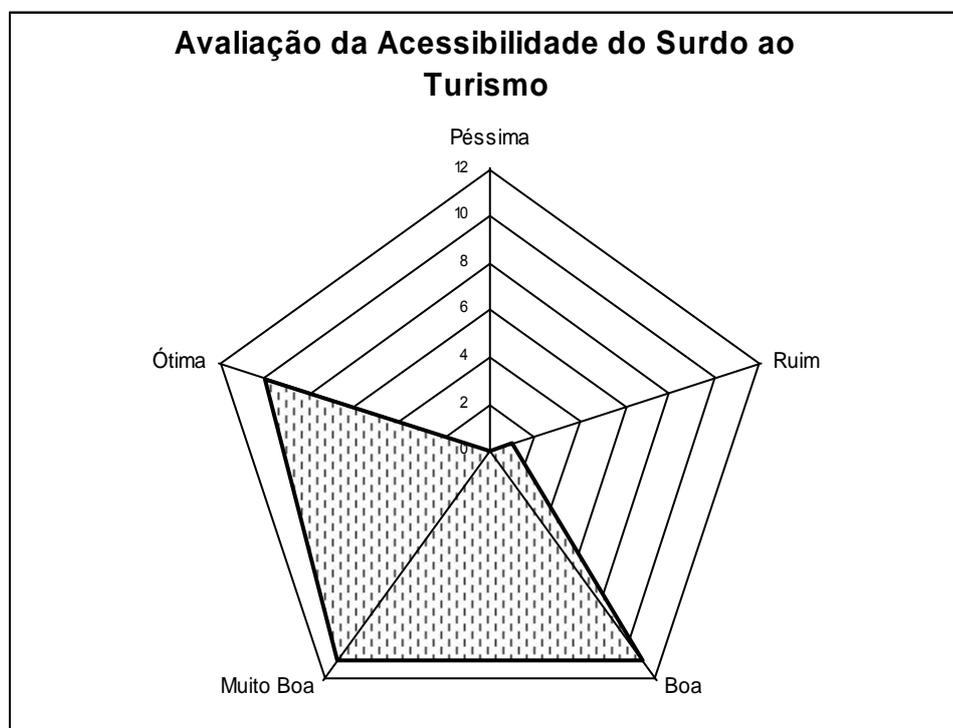


Figura 9: Avaliação da Acessibilidade do Surdo ao Turismo

Fonte: Elaboração própria do autor.

A avaliação dos intérpretes de Libras de Goiânia também foi positiva. Essa tendeu para os conceitos “Muito Bons” e “Bons”, conforme demonstra a Figura 10.

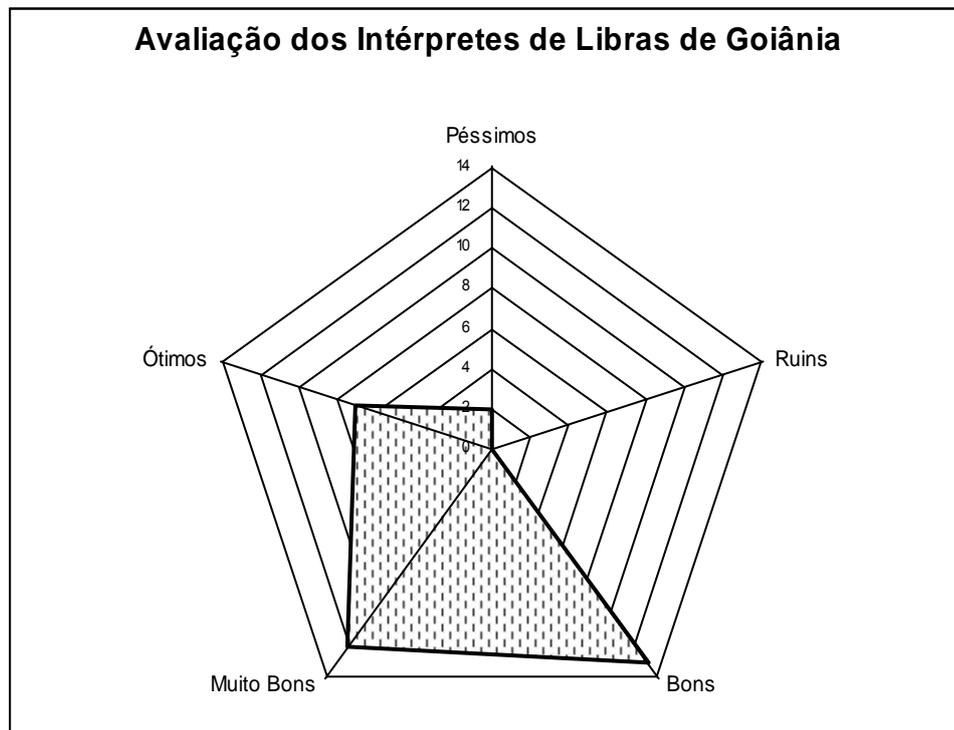


Figura 10: Avaliação dos Intérpretes de Libras de Goiânia

Fonte: Elaboração própria do autor.

5. Considerações Finais

As informações acerca da comunidade surda em geral, bem como os dados da pesquisa de campo junto a surdos de Goiânia, revelam que a comunicação ou a falta dela é a maior dificuldade encontrada pelo indivíduo surdo em relação ao turismo. Essa barreira impede o atendimento com qualidade a esse cliente. Daí a importância da atuação do intérprete de Libras no setor turismo, agindo como intermediário da cultura¹⁰, proporcionando a interação entre surdos e ouvintes e incluindo essa comunidade no segmento turístico.

No entanto, importa dizer que o simples fato de incluir um intérprete no receptivo, por exemplo, não significa acessibilidade. É necessário prover as cidades e os empreendimentos turísticos de meios de apoio aos surdos, tais como placas de sinalização, vídeos e cartilhas em Libras, bem como a elaboração e implementação de projetos que visem conscientizar a

¹⁰ Intermediários da cultura são pessoas que trabalham na promoção do turismo local, tais como guias de turismo, atendentes, motoristas etc.



população sobre as demandas específicas da comunidade surda, excluindo a ideia de deficiente ou incapaz.

Deve ser citado também o fato de o aprendizado em Libras estar bastante acessível, dado ao grande número de instituições ofertantes de tal curso. Somente em Goiânia, pelo menos cinco instituições oferecem curso básico em Libras, a saber: Centro de Capacitação de Profissionais da Educação e de Atendimento às Pessoas com Surdez – CAS – Goiás, Associação dos Surdos de Goiânia – ASG, Sistema Educacional Chaplin, Primeira Igreja Batista de Goiânia e o Centro de Línguas da UFG; além dos cursos de Licenciatura em Letras-Libras oferecidos pela Universidade Federal de Goiás – UFG e pelo pólo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás – IFG.

Os resultados sobre intenção de viagem para o ano seguinte ao da realização desta pesquisa bem como uma observação da área, demonstram, de um lado, que há demanda por parte da comunidade surda, porém, de outro lado, que não há empreendimentos com qualidade suficiente para o atendimento a esse cliente.

Desta forma, pontua-se a necessidade de uma observação mais aprofundada sobre a comunidade para que se apontem exatamente quais as áreas de seu interesse, os destinos mais procurados, bem como o produto mais adequado ao seu perfil socioeconômico. Por hora é possível inferir que os surdos valorizam viagens em grupo, como excursões, acampamentos, viagens para congressos, feiras e outras modalidades turísticas, sendo importante salientar que não se pode haver uma simples formulação de “pacotes para surdos”, visto que há demandas específicas e gostos pessoais.

Referências

ALMEIDA, Wolney Gomes; KUSHANO, Elizabete Sayuri. Inclusão social, cidadania e Turismo: uma investigação sobre a existência de serviços adaptados às pessoas com necessidades especiais nos meios de hospedagem da região metropolitana de Curitiba. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 2, n. 4, p. 88-101, dez. 2008. Disponível em:

<<http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/viewFile/119/118>> Acesso em: 20 set. 2010



ALMEIDA, Wolney Gomes. *Surdez e Cidadania: Um olhar sobre a inclusão social e as políticas públicas no contexto turístico*. Ilhéus, 2008. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2008. Disponível em:

<http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/mono_wolney.pdf> Acesso em: 20 set. 2010.

BARÓ, Concha *et. al.* *Curso de Turismo Accesible*. Madri: Real Patronato sobre discapacidad. 1999

BRASIL. *Decreto 5.626, de 22 de dezembro de 2005*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm> Acesso em: 18 nov. 2010.

BRASIL. *Lei 7.853, de 24 de outubro de 1989*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7853.htm> Acesso em: 06 dez. 2011.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. *Turismo e Acessibilidade: Manual de Orientações*. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

FUNDATEC/Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul. *Código de Ética Mundial para o Turismo*. 2000.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.) *Identidade e*

Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. p. 103-133.

LAVALLE, Adrián Gurza. *Cidadania, Igualdade e Diferença*. Lua Nova, São Paulo, n. 59, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452003000200004&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 25 set. 2012

MELO, Hildete Pereira de. ROCHA, Frederico. FERRAZ, Galeano. SABBATO, Alberto Di. DWECK, Ruth. *O Setor Serviços no Brasil: Uma Visão Global - 1985/95*. IPEA, 1998.

WTO. *The Tourism Satellite Account as an ongoing process: past, present and future developments*. Excerpt, 2001. Disponível em:

<<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1193/1193-1.pdf>> Acesso em: 24 nov. 2009.

Recebido em: 06/12/2011 (1ª versão) 07/05/2013 (2ª versão)

Aprovado em: 17/05/2013