



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PAULO FERNANDO DA SILVA LIRA JÚNIOR

**O SETOR HOTELEIRO E OS CONSUMIDORES COM
DEFICIÊNCIA: A INTERPRETAÇÃO DE USUÁRIOS DE
CADEIRA DE RODAS QUANTO AO AMBIENTE DE
SERVIÇOS**

CARUARU – PE
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PAULO FERNANDO DA SILVA LIRA JÚNIOR

**O SETOR HOTELEIRO E OS CONSUMIDORES COM
DEFICIÊNCIA: A INTERPRETAÇÃO DE USUÁRIOS DE
CADEIRA DE RODAS QUANTO AO AMBIENTE DE
SERVIÇOS**

Monografia apresentado à disciplina de TCC
– Trabalho de Conclusão de Curso, como
requisito parcial à conclusão do Curso de
Administração da Universidade Federal de
Pernambuco – Campus Acadêmico do
Agreste.

Orientador: Elielson Damascena

CARUARU - PE
2016

Catálogo na fonte:

Bibliotecária – Simone Xavier – CRB/4-1242

L768s Lira Júnior, Paulo Fernando da Silva.
O setor hoteleiro e os consumidores com deficiência: a interpretação de usuários de cadeira de rodas quanto ao ambiente de serviços. / Paulo Fernando da Silva Lira Júnior. - 2016.
76f.: il.; 30 cm.

Orientador: Elielson Oliveira Damascena.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2016.
Inclui Referências.

1. Projeto de acessibilidade. 2. Deficientes. 2. Comportamento do consumidor. I. Damascena, Elielson Oliveira (Orientador). II. Título.

658 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2016-415)

PAULO FERNANDODA SILVA LIRA JÚNIOR

**O SETOR HOTELEIRO E OS CONSUMIDORES COM DEFICIÊNCIA: A
INTERPRETAÇÃO DE USUÁRIOS DE CADEIRA DE RODAS QUANTO AO
AMBIENTE DE SERVIÇOS**

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para obtenção do título de graduação em
Administração da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do
Agreste.

Caruaru, 08 de julho de 2016.

Prof. D. Sc. Cláudio José Montenegro de Albuquerque
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Elielson Oliveira Damascena
Centro Acadêmico do Agreste - UFPE
Orientador

Prof. Dra. Elisabeth Cavalcante dos Santos
Centro Acadêmico do Agreste - UFPE
Banca

Prof. M. Sc. Wagner Rocha Gomes
Uninassau
Banca

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho ao meus pais, que por todas as dificuldades que a vida lhes apresentou, eles não hesitaram em medir esforços para eu possa alcançar os meus resultados, obrigado pelo carinho e paciência comigo. Que Deus esteja sempre iluminando nossos caminhos para que unidos possamos conseguir vencer todas as barreiras.

AGRADECIMENTOS

Deus, a energia universal, criador de tudo, agradeço por mais uma existência, uma chance de corrigir os erros cometidos e poder continuar na evolução espiritual para alcançar as sublimes esferas. Obrigado por sua luz no meu caminho, pela compreensão e justiça, que o AMOR esteja cada vez mais presente na minha caminhada.

Agradeço especialmente ao meu orientador Elielson Damascena, por sua imensa paciência em ter me aturados durante os vários meses que venho tentado construir todo esse estudo, as suas palavras sábias, motivacionais, técnicas e até de amigo. Você nasceu para lecionar, obrigado!

Aos meus pais que depois de Deus estão em primeiro lugar na minha vida. Minha mãe Maria das Neves e meu pai Paulo Fernando Lira, vocês são a razão do meu viver, são exemplo de honestidade, união e respeito com o próximo. Obrigado por todos os conselhos, surras enfim por toda a educação. Amo vocês incondicionalmente.

Agradeço a meus irmãos e irmãs pelo apoio paciência e as palavras de estímulo para buscar algo melhor que eles não tiveram. Obrigado a minha irmã Aline que representa as irmãs e Marcos Paulo que representa os irmãos, que sejamos cada vez mais unidos guiados pela paciência e o respeito. Aquele grande abraço a todos.

Aos meus avós representados por minha avó Bernadete Alves, a toda a primaiada representados por Diogo Lira, primos vocês são as melhores companhias e quando nos juntamos a festa está garantida, aos meus tios e tias representados por tia Fátima Lira que no início da caminhada universitária me prestou todo apoio possível, aos tios que não são de sangue e aos agregados estando representados por tia Eliane Lima uma desbravadora, obrigado por todo carinho e contribuição. E a todos da família Lira que mesmo diante de todas diferenças somos unidos e solidários, agradeço o apoio de cada um de vocês.

Alguém disse: “amigos é a família que escolhemos” e a eles os meus agradecimentos, pelo companheirismo, sinceridade, cumplicidade e respeito. Em

especial a Jholanda Rosendo que mesmo não sendo da mesma turma estávamos sempre pagando alguma cadeira juntos, pode ter a certeza somos amigos a muitas vidas você representa os outros tantos colegas e amigos que caminharam comigo. Abraços a todos!

Aos professores, meu sincero agradecimento por compartilhar os conhecimentos que são de inestimável valor, na representação das professoras Graça Vieira e Keila Sonalle, obrigado vocês são fantásticas.

Em geral, a todos que diretamente e indiretamente contribuíram para o meu sucesso. Obrigado!

“Não seja o de hoje.
Não suspires por ontens...
Não queiras ser o de amanhã.
Faze-te sem limites no tempo”

Cecília Meireles

RESUMO

O setor de turismo apresenta consideráveis altas e o setor de hospedagem vem se beneficiando com esse aumento. Assim como também vem crescendo a exigência da qualidade dos serviços prestados nos empreendimentos hoteleiros que precisam oferecer ambientes acessíveis que estejam dentro das leis e normas vigentes para hóspedes cadeirantes. Esse estudo tem o objetivo de analisar como os consumidores cadeirantes interpretam o ambiente de serviços no setor hoteleiro. A pesquisa tem natureza qualitativa básica de cunho exploratório, realizada em dois Blogs que tem a sua temática voltada para cadeirantes. Na coleta de dados foram separados comentários das postagens que abordam sobre a experiência de consumidores cadeirantes do serviço de hotelaria, e foram organizados entre ambientes físicos: dimensões instrumental, arquitetônica e ambientes sociais: dimensões atitudinal e comunicacional, e posteriormente foi realizada uma Análise de Conteúdo buscando os aspectos positivos e negativos de cada comentário para a construção da imagem dos empreendimentos hoteleiros. É possível identificar por meio das análises que grande parte dos hotéis dispõem de algum tipo de adaptação e se consideram por isso um empreendimento com acessibilidade. Contudo, muitos não seguem as normas e leis vigentes como também não padronizam suas adaptações gerando uma confusão aos cadeirantes. Foi possível notar que o anseio do consumidor de ser surpreendido pelo prestador do serviço, está em atender às necessidades básicas aliando o designer a funcionalidade que uma adaptação vai trazer a sua estadia no hotel.

Palavras-chaves: Acessibilidade, Pessoas com Deficiência PcD, Consumidores cadeirantes.

ABSTRACT

The tourism sector has considerable rises and the hosting sector has been benefiting from this increase. As well as increasing the requirement of the quality of services provided in hotel developments that need to offer accessible environments that are within the laws and regulations in force for wheelchair users. This study has the objective of analyzing how wheelchair users interpret the service environment in the hotel sector. The research has basic qualitative nature of exploratory nature, carried out in two Blogs that has its theme focused on wheelchair users. In the collection of data, comments were separated from the posts that address the experience of consumers in the hotel service, and were organized between physical environments: instrumental, architectural and social environments: attitudinal and communicational dimensions, and later a Content Analysis Seeking the positive and negative aspects of each comment for the construction of the image of hotel developments. It is possible to identify through the analysis that most hotels have some type of adaptation and are therefore considered an accessible enterprise. However, many do not follow the norms and laws in force, nor do they standardize their adaptations, creating confusion for wheelchair users. It was possible to note that the consumer's longing to be surprised by the service provider, is in meeting the basic needs allying the designer with the functionality that an accommodation will bring to your stay in the hotel.

Keywords: Accessibility, Disability PcD, wheelchair Consumers.

LISTA DE FIGURAS

Quadro 01	Experiências com o ambiente de serviço	23
Quadro 02	Matriz volume/variedade dos serviços	24

LISTA DE QUADROS

Quadro 01	Tipos de Deficiência	30
Quadro 02	Classificação dos estabelecimentos Turísticos	36
Quadro 03	Comentários coletados nos blogs	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CGC – Conteúdo Gerado pelo Consumidor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

NBR – Normas Brasileiras

OMS – Organização Mundial de Saúde

PcDs – Pessoas com Deficiências

TCR – Transformative Consumer Research

WTTC – World Travel and Tourism Council

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	OBJETIVOS DE PESQUISA	19
1.1.1	Objetivo Geral	19
1.1.2	Objetivos Específicos	19
1.2	JUSTIFICATIVA	20
2	REFERENCIAL TEÓRICO	22
2.1	SERVIÇO E AMBIENTES DE SERVIÇO	22
2.2	CLASSIFICAÇÃO DE SERVIÇOS	24
2.2.1	Setor Hoteleiro	26
2.2.2	Oferta de Serviços para Pessoas com Deficiências	27
2.3	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA	29
2.3.1	PcDs como consumidores	32
2.4	INCLUSÃO SOCIAL E ACESSIBILIDADE	34
2.4.1	Acessibilidade no setor turístico	35
2.4.2	Acessibilidade no setor hoteleiro	38
2.5	IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL	40
3	METODOLOGIA	43
3.1	A PESQUISA	43
3.2	COLETA DE DADOS	43
3.3	ANÁLISES DE DADOS	44
3.4	ANÁLISE DO CONTEÚDO	50
4	ANÁLISES E DISCURSÕES	51
4.1	AMBIENTE FÍSICO	51
4.1.1	Dimensão Instrumental	51
4.1.2	Dimensões Arquitetônicas	57

4.2	AMBIENTE SOCIAL.....	63
4.2.1	Dimensão atitudinal.....	63
4.2.2	Dimensão Comunicacional.....	66
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
5.1	LIMITAÇÕES DA PESQUISA	70
5.2	SUGESTÃO DE PESQUISAS FUTURAS.....	70
	REFERÊNCIAS.....	72

1 INTRODUÇÃO

O crescimento do setor de viagens e turismo no mundo vem sendo cada vez maior. Um estudo realizado em 2014 pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (*World Travel and Tourism Council – WTTC*), relata que esse setor apresenta uma parcela de 9,5% na economia global. No Brasil não foi diferente, o desenvolvimento do turismo se tornou visível, onde dados do Ministério do Turismo (2013), mostram que no ano de 2012 o turismo brasileiro cresceu 6%, ficando dois pontos percentuais acima da média mundial anual. Com relação ao ano de 2014, também houve o crescimento do turismo, comparado com o terceiro trimestre de 2013, apresentou uma variação de 3,7% com aumento de faturamento principalmente para o setor de hospedagem e turismo receptivo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Esse setor vem sendo reforçado por meio de investimentos públicos na infraestrutura, segurança, saneamento, saúde, transportes público, setor aéreo e apoio a iniciativa privada com construção de hotéis, pousadas e restaurantes. São com investimentos nessas áreas que o Brasil apresenta-se como a sexta economia turística no mundo segundo o estudo do WTTC (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Através dos investimentos realizados no setor e sua participação na economia, é importante ressaltar o turismo como uma forma de inclusão social da Pessoa com Deficiências (PcDs), que tem o propósito de favorecer o desenvolvimento das atividades econômicas, religiosas, culturais e de lazer, a fim de adaptar o indivíduo com deficiência a um convívio social. Em paralelo é preciso uma sociedade consciente de que o meio necessita de adaptações para poder acolher as pessoas deficientes, que devem ocorrer em nível comportamental, comunicacional e em infraestrutura (MENDES; PAULA, 2008).

O tema pessoas com deficiência ao longo de muitos anos foi tratado como algo afastado, incômodo à sociedade. Dessa forma, os encarregados para cuidar dos PcDs eram a família, sendo os únicos agentes de construção educacional, eliminando outras maneiras de integralização e sociabilidade, ocasionando algumas discriminações pela exclusão (MENDES; PAULA, 2008).

A esfera do turismo e as conjunturas da inclusão social, norteiam-se pelo pensamento de que deve haver uma acolhida para as pessoas deficientes baseada no respeito e na preparação dos profissionais que venham a atender esse público.

Além disso, a atividade do turismo deve acontecer com a participação de outros usuários do serviço turístico a fim de uma mudança para socialização (PAULA, 2004).

O turismo pode construir um cenário onde as pessoas com deficiência possam desempenhar suas habilidades e possam aproveitar do lazer nas mais variadas formas. Para isso é necessário que as pessoas com deficiência sejam ouvidas como consumidores do serviço, a fim de aprimorar o que é oferecido, construindo um ambiente de acessibilidade. Mendes e Paula (2008) afirmam que a pluralidade do ser humano deve ser estudada no intuito de captar a igualdade que existe entre os indivíduos e disseminar a liberdade de escolha, se responsabilizando por suas ações, guiando sua vida com autonomia.

A integração das pessoas deficientes no convívio social é um ponto de estudo que as organizações vêm discutindo e debatendo com o objetivo de criar um ambiente inicialmente de aceitação das limitações físicas e psíquicas do próximo. Para isso é preciso a presença dos deficientes nos ambientes sociáveis, e por não ter estrutura mínima para receber essas pessoas, muitos evitam frequentar esses locais (LOCKWOOD; MEDLIK, 2013).

A essência da inclusão social está em promover um acolhimento que respeite as necessidades e diferenças de cada indivíduo. É fundamental que exista acesso físico e informacional, e assim se tenha um ambiente de igualdade entre as pessoas (MENDES; PAULA, 2008).

Com o objetivo de integrar e garantir os direitos das pessoas com deficiência foi criado a lei nº 7.853/89 e o decreto nº 3.298/99 que dispõe da política nacional para integração de pessoas portadoras de deficiências, garantindo o exercício dos direitos individuais e sociais, para defender os valores básicos da igualdade de tratamento e oportunidade, assegurando os direitos na saúde, educação, edificações, recursos humanos e lazer, como também o decreto vem a consolidar os direitos adquiridos antes e tratar de outras providencias (PLANALTO, 2015).

Para fomentar a acessibilidade das pessoas com deficiência foi criada a lei nº 10.098 de 19 de dezembro de 2000, que designa as normas e critérios gerais básicos na eliminação de barreiras e obstáculos nas vias e edificações públicas e privadas. E para assegurar a inclusão social dos deficientes no mercado de trabalho existe a lei nº 8.213/91 que regulamenta a contratação e determina a cota que as empresas

devem manter de funcionário que tenham algum tipo de deficiência (PLANALTO, 2015).

No Brasil segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, no Censo de 2010, 45,6 milhões da população brasileira são pessoas portadoras de deficiências: visual, auditiva, motora ou mental, equivalendo a 23,91% da população (IBGE, 2015). Essas pessoas no dia a dia enfrentam dificuldade para exercer os seus direitos como cidadãos, além de suas próprias limitações há barreiras de preconceitos existente na sociedade e os obstáculos arquitetônicos.

É através da consciência das pessoas que a acessibilidade é o entendimento das necessidades que as pessoas deficientes demandam para viver, que é possível realizar a inclusão social com o princípio da solidariedade com o próximo (AGUIRRE et al., 2003). O setor de turismo, em especial o de serviços hoteleiros, vem buscando entender os processos envolvidos na experiência turística no ponto de vista dos consumidores deficientes para de fato compreender e atender as suas necessidades, podendo-se perceber uma evolução nos processos, equipamentos e adaptações físicas realizadas nos espaços (REJOWSKI; SOLHA, 2002). Os portadores de deficiências esperam um atendimento igualitário e que sejam tratados da mesma forma que as outras pessoas, aliando assim a equiparação também física dos espaços para uma qualidade de vida (AGUIRRE et al., 2003).

Tendo como princípio o setor de serviços hoteleiros em que existe uma demanda de consumidores com deficiência, em particular os cadeirantes, a presente pesquisa tem como pergunta de pesquisa: como consumidores cadeirantes interpretam o ambiente de serviços no setor hoteleiro?

Na próxima seção serão apresentados os objetivos de pesquisa que se dividem em geral e específicos.

1.1 OBJETIVOS DE PESQUISA

Os objetivos a serem alcançados estão divididos em objetivos gerais e específicos de pesquisa.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar como os consumidores com deficiência motora (cadeirantes), interpretam o ambiente de serviços no setor hoteleiro.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Analisar o serviço hoteleiro a sua preocupação em atendimento às necessidades dos consumidores cadeirantes tendo como base a comunicação geradas pelos cadeirantes em blogs;
- Analisar os blogs de consumidores cadeirantes do serviço hoteleiro e compreender os efeitos da comunicação gerada quanto à imagem do serviço oferecido.

A seguir estão apresentadas as justificativas gerencial, social e acadêmica, que expressa a importância para escolha dessa pesquisa.

1.2 JUSTIFICATIVA

A relevância deste estudo encontra-se direcionada para a análise dos blogs de cadeirantes consumidores dos serviços hoteleiros por meio de fotos e mensagens publicadas sobre a experiência vivida em viagens, identificando em geral as condições oferecidas pelo setor a esses consumidores, e se as mesmas atendem a real necessidade como também oferece um serviço ampliado. É com essa análise que se busca compreender os efeitos da comunicação gerada pelos blogs para o serviço oferecido.

No setor do turismo encontram-se vários nichos de atividades de serviços com diversas atuações para os mais variados públicos, turismo espiritual, cultural, lazer, saúde, esportivo, gastronômico, de negócios e outros. Na atualidade surge um novo ramo do turismo direcionado para os consumidores deficientes, em que a inclusão social é uma justificativa para o oferecimento desse tipo de serviço.

Entre os variados temas de estudo e pesquisa encontra-se a inclusão social, que está presente em todos os círculos sociais em que é questionado o papel de cada cidadão na integralização das pessoas com deficiência nos serviços econômicos, sociais, lazer e cultural. Concomitantemente acredita-se que a sociedade é a encarregada de organizar e adaptar todo e qualquer ambiente para atender às necessidades das pessoas com deficiência nas demandas relacionadas a comunicação, a arquitetura e comportamental. Percebe-se que o enfoque das pesquisas é direcionado para o fator econômico e a lucratividade que determinada ação ou o negócio em si apresentam, no entanto, o turismo como um viés em que as atitudes sociais dos indivíduos envolvidos no meio possam ser voltadas para a diversidade humana em sua aceitação e valorização do que há de melhor, para isso é preciso repensar as orientações de espaço e atitudes dos indivíduos (SILVIA; BÓIA, 2006).

A exclusão social das pessoas deficientes sempre esteve presente na sociedade, com preceitos de discriminações quanto à possibilidade de deficientes poderem exercer alguma atividade remunerativa e de lazer. A diferenciação está em ser ou não ser uma pessoa com deficiência, e para conseguir uma uniformidade de tratamento surgem ações que promovem a igualdade através da valorização das

particularidades de cada indivíduo potencializando o que há de melhor (FREITAS; IGLESIAS; SUZANO, 2013).

A fim de promover a inclusão social, o Governo federal criou o programa Turismo Acessível que consiste em ações que trabalham para que o deficiente que tenha mobilidade reduzida possa realizar atividades turísticas. O programa disponibiliza cartilhas de orientações, aplicativos criados especialmente para atender a esse público, capacitação de mão de obra específica, disponibilização de linha de crédito para o financiamento de adaptações necessárias, como também trabalha em reduzir as barreiras físicas das edificações, orientando para a instalação de certos tipos de aparelhos que aumente a independência do deficiente.

Em busca de estudar questões que são de interesse do consumidor e debater viés que não esteja ligado à maximização de lucros, a Transformative Consumer Research (TCR), ou Pesquisa Transformativa do Consumidor, consiste em estudar temas que edifiquem o consumidor em seu papel (BARBOSA, 2014) e assim a presente pesquisa está relacionada ao TCR a fim de discutir sobre a deficiência e a inclusão social através do turismo. Auxiliando a sociedade, pesquisadores e estudantes que se interessam por esse tema.

No próximo capítulo apresenta-se uma revisão bibliográfica com os aportes dos principais autores que discorrem sobre serviços e ambientes de serviços, pessoas com deficiência, inclusão social e acessibilidade e a importância da comunicação digital.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo está contemplada a fundamentação teórica de forma a revisar os principais conceitos discorridos por autores sobre o tema em estudo. Assim estão abordados os seguintes temas: Serviço e ambiente de Serviço, Classificação de Serviços, Pessoas com Deficiência, Inclusão Social e Acessibilidade e a Importância da Comunicação Digital.

2.1 SERVIÇO E AMBIENTES DE SERVIÇO

As definições sobre o significado de serviço são inúmeras, onde cada autor traz suas próprias especificações, entretanto todas elas possuem um ponto em comum, que é a intangibilidade e o consumo instantâneo (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2014).

A caracterização do serviço para Gronroos (1990) passa por ser intangível e se define por ser um processo de atividades que ocorre entre interações para solucionar algum problema que esteja no âmbito de consumidores e empregados, recursos físicos e virtuais como também em sistemas de fornecedores. Essa série de atividades para Lovelock e Wright (2007), são desenvolvidas de forma a atender os desejos dos usuários dos serviços em troca do seu dinheiro por uma interação de processos e desempenhos no qual não estão os elementos físicos envolvidos.

Com isso, pode-se dizer que serviços são ações de uma empresa para satisfazer o consumidor. Servir uma refeição, consertar um aparelho eletrodoméstico, cortar um cabelo, oferecer alojamento e acomodação, dar uma aula são exemplos de serviços (SAKAZAR; FARIAS; LUCIAN, 2009).

O oferecimento desses serviços tem se tornado fundamental para o funcionamento da nossa sociedade, pelo fato do consumo estar inerente às nossas práticas sociais, assim como a busca pelo prazer através da aquisição de serviços. Portanto necessita-se de ambientes onde serviços são ofertados de modo a sanar desejos e necessidades dos consumidores (DAMASCENA; MELO; BATISTA, 2012).

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) houve um aumento na criação de serviços destinados às áreas social e pessoal como hotéis, restaurantes, empresas de limpeza e creche. O crescimento do setor de serviços e o aumento

consequente da concorrência entre as empresas obrigam-nas a pensar cada vez mais na satisfação do consumidor, ou seja, as empresas que mais triunfam são as que conseguem proporcionar maior valor aos clientes (SAKAZAR; FARIAS; LUCIAN, 2009).

O bem-estar e a satisfação dos usuários de serviços devem ser uma preocupação constante para as empresas e por isso elas precisam entender como funciona este processo. Oliver (1993) descreve que os consumidores desenvolvem suas expectativas a partir do pré-consumo, seguido pela observação da performance do produto, comparando, então, sua expectativa inicial com o desempenho encontrado e, por fim, formando o seu julgamento de satisfação. Ou seja, todas as etapas são fundamentais para a opinião final do cliente.

Devido à intangibilidade, que é o fato de não poder experimentar o serviço antes da compra, os consumidores precisam confiar na reputação da empresa, fazendo com que procurem constantemente sinais de qualidade e possíveis reclamações de outros clientes, ou seja, tirem conclusões a partir de todas as constatações que conseguirem adquirir sobre o serviço. Tais observações incluem as instalações, os equipamentos, os funcionários, o preço, o lugar, enfim, quem proporciona os serviços e como, onde e quando são proporcionados (SAKAZAR; FARIAS; LUCIAN, 2009).

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) afirmam que os ambientes de serviços precisam estar atentos às particularidades que as interações entre cliente, funcionário e o ambiente físico proporcionam de experiência para o consumidor. Desta forma, “o pessoal de contato tem um papel fundamental no ambiente de serviços, pois ele influencia a formação da primeira impressão que o cliente tem da empresa, assim como durante toda a experiência de serviço” (SAKAZAR; FARIAS; LUCIAN, 2009, p.331).

As experiências nos ambientes de serviço geram, segundo Carvalho e Motta (2002), comportamentos de aproximação ou afastamento, que são ocasionados por três principais reações, sendo elas: prazer (e sua oposição, o desprazer); excitação (tendo como oposto a não excitação); e dominância (com seu oposto de submissão). Quanto melhor for a interação dos clientes com o cenário da organização de serviços maior será a sua aproximação, assim como a quantidade de reação negativa do consumidor será proporcional ao seu afastamento. Tal experiência observa-se na Figura 01.

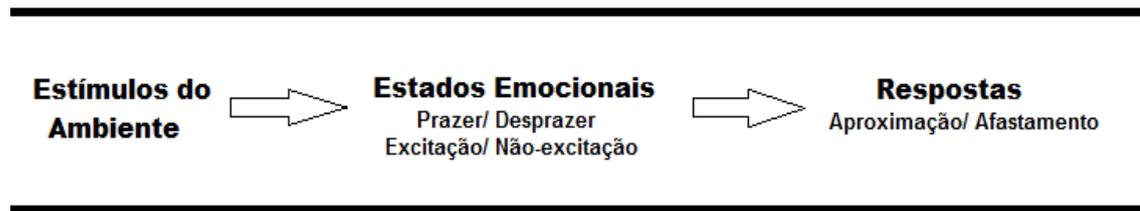


Figura 01 – Experiências com o ambiente de serviço.
 FONTE: Carvalho e Motta (2002).

Carvalho e Motta (2002) ainda explicam que prazer e desprazer são referentes à sensação de bem-estar e satisfação na interação com o ambiente; excitação e não excitação é sobre os estímulos recebidos para se manter alerta e ativo na situação; já aproximação e afastamento fazem alusão ao desejo de permanecer no ambiente, movimentar-se no cenário, retornar outras vezes, ou, ao contrário, ir embora e não voltar, sentir ansiedade ou nervosismo, estar infeliz no ambiente.

2.2 CLASSIFICAÇÃO DE SERVIÇOS

Classificar os tipos de serviços abordados é importante, pois cada ambiente de serviço deve criar uma abordagem e estratégia segundo as suas próprias especificidades. Coelho (2004) aponta que tradicionalmente os serviços são separados por ramo da área de atuação: transporte, saúde, hotelaria, alimentação, entre outros. Contudo, dentro de um mesmo ramo é possível identificar diferentes formas de prestação de serviços, por isso foram criadas formas mais profundas de classificação.

Na visão de Silvestro (1999) os serviços podem ser separados através das dimensões de volume e variedade. O volume refere-se à quantidade de clientes atendida por dia em cada unidade de prestação de serviço. Quanto à variedade, esta pode ser dividida em seis dimensões, sendo elas:

- I. Foco em pessoas ou equipamentos: onde os processos baseados nas pessoas são mais flexíveis e os baseados em equipamentos são mais voltados à padronização.

- II. Grau de contato com o cliente: tempo de contato com o cliente durante a prestação de serviço.
- III. Grau de personalização do serviço: capacidade de personalizar o serviço de acordo com as necessidades de cada cliente.
- IV. Grau de julgamento pessoal dos funcionários: autonomia dos funcionários em atender os clientes de acordo com suas especificidade e capacidade de resolver conflitos.
- V. Foco no produto ou no processo: relevância do bem facilitador no pacote de serviços. Se a ênfase maior for ao produto, aproxima-se de um serviço puro, se for ao processo assemelha-se a uma manufatura.
- VI. Linha de frente ou retaguarda como fonte de valor adicionado: predominância do valor na linha de frente ou na retaguarda.

Através desta forma de classificação dos serviços é possível montar uma matriz volume/variedade onde pode-se encaixar os diversos ambientes de serviço, conforme a Figura 02.



Figura 02 – Matriz volume/variedade dos serviços.
 FONTE: Lopes e Nobrega (2013).

Observa-se que os classificados em serviços profissionais são aqueles que têm um contato mais direto com os clientes, permitindo um atendimento mais personalizado, porém não conseguem atender um grande contingente de usuários. Os classificados em serviços de massa apresentam um grande contingente de clientes, entretanto possui pouco contato e baixa padronização.

Sobre as lojas de serviços, Coelho (2004) afirma que elas são um nível intermediário com relação ao volume de consumidores atendidos, tempo de contato, personalização e autonomia da linha de frente e retaguarda, tendo como exemplo o atendimento em serviços de hotelaria.

Lopes e Nobrega (2013) ainda destacam que o foco dos serviços profissionais está nas pessoas, enquanto o foco dos serviços de massa está no produto. E ratificando o fato das lojas de serviços encontrarem-se em uma classificação intermediária, o seu foco está tanto no produto quanto nas pessoas.

As lojas de serviços integram as organizações que “não são tão rígidas como nos serviços de massa, nem tão flexíveis como nas dos serviços profissionais, o que permite um controle de qualidade intermediário” (LOPES; NOBREGA, 2013, p.6).

Dentro da modalidade de serviço onde há interação dos consumidores, está inserido o setor hoteleiro, que além de colaborar com o lazer dos seus usuários, ainda serve como instrumento de propagação do turismo.

2.2.1 Setor Hoteleiro

Segundo dados do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (2013), os serviços do setor hoteleiro representam entre 5% a 7% das receitas do setor do turismo, sendo compostos por hotéis, hospedarias e pousadas que prestam serviços aos turistas.

O Ministério do Turismo (2014), apresenta um índice de 160 milhões de viagens domésticas anuais realizadas por brasileiros, dentre as quais 29%, ou seja, 46 milhões, demandam os serviços do setor de hotelaria. Os dados de 2010 do Ministério do Turismo apresentam o número de estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário, variando entre 22 a 26 mil, totalizando 440 mil quartos disponíveis no Brasil.

Ou seja, a demanda por serviços hoteleiros é intensa, mesmo levando em consideração a sazonalidade. Por isso os hotéis, hospedarias e pousadas precisam manter um padrão de qualidade para atender e fidelizar seus clientes (DAPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS, 2013).

Para um serviço de hotelaria de qualidade, é necessária uma demanda diversificada de profissionais para a operação do empreendimento, a fim de atender

às necessidades particulares de cada hóspede, além das demandas do próprio negócio. A qualificação profissional dos funcionários do setor hoteleiro tem, portanto, um papel fundamental na qualidade e diferenciação dos serviços prestados, uma vez que eles realizam um atendimento direto com o cliente (MELLO; GOLDENSTEIN, 2011).

Ávila e Júnior (2006) destacam que o nível do atendimento oferecido ao consumidor em busca do serviço de hospedaria é um fator determinante na decisão de retornar ao local visitado. As estruturas hoteleiras oferecem aos turistas bens intangíveis que se traduzem em descanso, bem-estar, conforto, cortesia e segurança, sendo necessário que o cliente se sinta atendido em todas estas áreas para que haja a sensação de satisfação com o ambiente.

As empresas de hospedagem trabalham de maneira interligada ao desenvolvimento turístico, sendo responsável por dar suporte ao turista, acolhendo-o e concedendo-lhe estadia e alimentação pela sua estrutura física e de funcionários que devem ser engajados na tarefa de bem-servir (ÁVILA, JÚNIOR, 2006).

Portanto, as experiências geradas a partir da interação entre cliente, funcionário e o ambiente físico devem influenciar positivamente na sensação de bem-estar e satisfação com relação ao atendimento recebido para despertar o desejo de voltar tanto à estrutura hoteleira, quanto ao ambiente turístico (ÁVILA, JÚNIOR, 2006).

Além disto, é notório que o setor hoteleiro se enquadra na definição de Coelho (2004) sobre as lojas de serviços, no qual possuem um nível intermediário de volume de consumidores atendidos, tempo de contato, personalização e autonomia da linha de frente e retaguarda.

Com base nesta flexibilidade dos serviços ofertados pelo setor hoteleiro, é possível que ele se adeque às necessidades de cada consumidor, ofertando um padrão mais personalizado dos seus ofícios. Portanto, um consumidor com deficiência também pode usufruir os serviços de hospedagem sem comprometimento, sendo, inclusive, este direito garantido pela legislação.

2.2.2 Oferta de Serviços para Pessoas com Deficiências

O Decreto Lei 5.296, de 2 de dezembro de 2004, regulamenta a Lei 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade no atendimento das pessoas deficientes,

e a Lei 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que cria normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade (PLANALTO, 2015). Este Decreto Lei estabelece que:

a concepção e a implantação dos projetos arquitetônicos e urbanísticos devem atender aos princípios do desenho universal, tendo como referências básicas as normas técnicas de acessibilidade da ABNT, a legislação específica e as regras contidas neste Decreto (BRASIL, 2004, art. 10).

Segundo Lattari (2009), esta Lei estabelece regras gerais para promover o melhor acesso a locais e serviços por parte de pessoas com deficiências, incentivando os ambientes a se adequarem as normas da ABNT.

Os estabelecimentos comerciais precisam garantir a acessibilidade para que todas as pessoas possam ser seus clientes, independentemente de ter ou não deficiência. É importante que a entrada do estabelecimento não tenha obstáculos, como degraus, portas estreitas, objetos sem sinalização no corredor (PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS, 2006).

O Decreto Lei 5.296/2000 dispõe desde o seu artigo 14 até o artigo 27 sobre a implementação da acessibilidade arquitetônica e urbanística, traçando meios que contribuam para o acesso irrestrito das pessoas com deficiência nos ambientes de serviços. Dentre alguns itens assegurados, destacam-se os seguintes:

- As características do desenho e a instalação do mobiliário urbano devem garantir a aproximação segura e o uso por pessoa com qualquer tipo de deficiência, assim como a circulação livre de barreiras;
- As edificações de uso público devem garantir, pelo menos, um dos acessos ao seu interior, com comunicação com todas as suas dependências e serviços, livre de barreiras e de obstáculos que impeçam ou dificultem a sua acessibilidade;
- Os balcões de atendimento e as bilheterias em edificação de uso público ou de uso coletivo devem dispor de, pelo menos, uma parte da superfície acessível para atendimento às pessoas com deficiência;
- Os teatros, cinemas, auditórios, estádios, ginásios de esporte, casas de espetáculos, salas de conferências e similares reservarão, pelo menos, dois por cento da lotação do estabelecimento para pessoas em cadeira de rodas;

- Os estabelecimentos de ensino, públicos ou privados, proporcionarão condições de acesso e utilização de todos os seus ambientes ou compartimentos para pessoas com deficiência.

As especificações de cada direito assegurado são estabelecidas pela Norma Técnica NBR 9050:2004, que descreve detalhadamente como devem ser as disposições arquitetônicas de diversos ambientes, com o intuito de proporcionar à maior quantidade possível de pessoas, independentemente de idade, estatura ou limitação de mobilidade, a utilização segura do ambiente ou equipamento (PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS, 2005).

Em relação aos hotéis, a preocupação vai desde o acesso ao prédio, altura dos balcões, passando por espaço nos quartos, mobiliário e sinalização. A NBR 9050:2004 deixa claro que nestes setores de serviços, os auditórios, salas de convenções, salas de ginástica, piscinas, entre outros, devem ser acessíveis.

A portaria deverá contar com balcão na altura correta, informações em braile e pessoa com formação em Libras. Deverá ser previsto ao menos um sanitário unissex para deficientes físicos, na área de uso comum. Os locais de hospedagem deverão ter no mínimo 5% dos dormitórios com sanitários acessíveis para pessoas que utilizem cadeiras de rodas. Além disso, pelo menos outros 10% dos quartos deverão ter o mínimo de acesso, ou seja, portas com 80 cm de vão, e porta do sanitário abrindo para fora (ABNT, 2004).

Desta forma, Lattari (2009) observa que as pessoas com deficiência possuem amparos legais que se preocupam com seus acessos aos diversos ambientes de serviços, entretanto o cumprimento destas leis deve ser garantido para que não fiquem somente no papel.

É necessário que, além da garantia das Leis, haja um entendimento de que as pessoas com deficiências não são incapacitadas e possuem condições de ser incluídas no convívio com a sociedade, trabalhando, produzindo, gerando renda, divertindo-se, enfim, tudo que um cidadão tem o direito de fazer.

2.3 PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Os conflitos em torno do tratamento às pessoas com deficiência começam a partir das divergências que envolvem a terminologia exata para denominá-los. Segundo Faria, Carvalho e Ferreira (2010) alguns autores utilizam a expressão “portadores de necessidades especiais”, porém as pessoas não “portam” a deficiência. Em decorrência disto, o termo “pessoas com deficiência” passou a ser utilizado em razão de considerar que as deficiências são vivenciadas pelas pessoas.

A representatividade das pessoas com deficiências (PcD) na sociedade mundial e brasileira é bastante alta. De acordo com dados do censo do IBGE realizado em 2010, aproximadamente 24% da população brasileira corresponde às PcDs, ou seja, refere-se a 45,6 milhões de pessoas que apresentam deficiência visual, motora, auditiva ou mental (IBGE, 2015).

Este alto índice é visto pelos profissionais de saúde como decorrência do avanço médico e tecnológico, uma vez que o desenvolvimento das ciências da saúde possibilita que muitas pessoas que poderiam ter como destino imediato a morte, encontrem meios para sobreviver, ainda que sejam levadas a apresentar sequelas irreversíveis (FARIA; CARVALHO; FERREIRA, 2010).

Mesmo sendo numerosas, as pessoas com deficiência sofrem preconceitos e são marginalizadas por parte da população que não possui deficiência, são vistas muitas vezes como aberrações, incapacitados ou infelizes, que precisam constantemente da caridade alheia (SILVA, 2014).

Diante da necessidade de integrar e garantir os direitos desta gama da população, criou-se a Lei nº 7.853/89 e o Decreto nº 3.298/99 que dispõem sobre a política nacional para integração de pessoas portadoras de deficiências, para garantir o exercício dos direitos individuais e sociais, para defender os valores básicos da igualdade de tratamento e oportunidade, assegurando os direitos na saúde, educação, edificações, recursos humanos e lazer (PLANALTO, 2015). Ou seja, são eixos norteadores na defesa de direitos e a promoção da cidadania das PcDs.

A expressão pessoa com deficiência pode ser utilizada para aludir qualquer pessoa que possui uma deficiência, sendo esta definida pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como sendo “toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função cinética, fisiológica ou anatômica” (SILVA, 2014, p.41). A OMS ainda classifica quatro tipos de deficiências de acordo com o Quadro 01 a seguir.

Quadro 01 – Tipos de deficiência

Deficiência física	É todo comprometimento da mobilidade, coordenação motora geral ou da fala, causado por lesões neurológicas, neuromusculares e ortopédicas ou ainda por má formação congênita ou adquirida.
Deficiência visual	É caracterizada por uma limitação no campo visual. Pode variar de cegueira total à visão subnormal. Neste caso, ocorre diminuição na percepção de cores e mais dificuldades de adaptação à luz.
Deficiência auditiva	É a perda total ou parcial da capacidade de compreender a fala através do ouvido. Pode ser surdez leve - nesse caso, a pessoa consegue se expressar oralmente e perceber a voz humana com ou sem a utilização de um aparelho. Pode ser ainda, surdez profunda.
Deficiência mental	É um atraso ou lentidão no desenvolvimento mental que pode ser percebido na maneira de falar, caminhar, escrever. O grau de deficiência mental varia de leve a profundo.

FONTE: SILVA (2014).

Cada indivíduo possui características próprias, que fazem dele um ser único e particular, por isso a diferença é o atributo mais marcante do ser humano, uma vez que não existem duas pessoas iguais. Tomando este conhecimento como base, mesmo diante de um grupo de pessoas com o mesmo tipo de deficiência, as diferenças serão heterogêneas, proveniente de diferentes tipos de déficits e/ou lesões. Portanto, o “diferente” e o “normal” são padrões construídos socialmente e que variam em tempo e espaço (MOURA, 2013).

Devido aos padrões estabelecidos pela sociedade, a maioria das PcDs são excluídas dos diversos setores organizados. Sassaki (2009) afirma que no Brasil muitos dos benefícios e oportunidade que grande parte da população recebe não abrangem as pessoas com deficiência, sendo a elas negado o acesso às áreas de lazer, turismo, mercado de trabalho, educação, cultura, entre outros. Mesmo com a garantia em Lei de seus direitos, muitas vezes eles lhe são negligenciados.

Para romper com esses preconceitos e estigmas tão enraizados na população, é necessário o esclarecimento da sociedade e preparação para o convívio melhor e mais aproximado com a pessoa com deficiência, tendo em vista que o preconceito muitas vezes é gerado a partir do desconhecimento do diferente (ROSENFELD, 2006). Portanto, se houvesse uma inclusão efetiva das PcDs no cotidiano das pessoas, empresas e áreas sociais, aumentaria o contato, o conhecimento e a percepção de que ser deficiente não diminui a pessoa enquanto ser humano.

Como destacado por Moura (2013),

as pessoas com deficiência almejam ter um tratamento idêntico àquele que é dado às demais pessoas em locais públicos e privados e em atividades diversas, como a turística. Apenas é necessário que se façam algumas adaptações e que se respeitem as capacidades e possibilidades individuais (p.31).

Ou seja, a diversidade humana precisa ser compreendida para a concretização de uma sociedade inclusiva, na qual os direitos e deveres das pessoas com deficiência sejam efetivamente garantidos. De acordo com Mendes e Paula (2008) a inclusão das PcDs em todos os sistemas organizados contribui para que tenham uma vida autônoma e independente, onde sejam capazes de tomar decisões, assumindo o controle de sua vida e quebrando os estigmas presentes em nossa sociedade.

O fato é que as pessoas com deficiência são capazes de assumir os mais variados papéis na sociedade, desde que não lhe neguem este direito. Dentre esta grande gama de possibilidades, encontra-se o papel de consumidor, em que a PcD recebe autonomia para exercer o seu desejo de consumo. Mas promover a inclusão desse grupo não deve se limitar ao interesse mercadológico, deve ser uma obrigação social e demonstração de respeito pelo próximo (SILVA, 2014).

2.3.1 PcDs como consumidores

O desejo de consumo é uma necessidade que já está inerente a cada indivíduo, seja ele com ou sem deficiência. Silva (2014) destaca que no caso das pessoas com deficiência os obstáculos são constantes, mesmo na realização de atividades simples que vão desde saúde e nutrição até consumo de programas culturais.

Dentre as dificuldades encontradas no momento em que as PcDs se tornam consumidores está a ocasião em que ela se depara somente com escadas para acessar o ambiente que deseja, impossibilitando a entrada de pessoas com dificuldade de locomoção. Porém os problemas não ficam restritos apenas ao âmbito exclusivo das lojas, teatros e demais departamentos. Schvitz (2007) ressalta que os obstáculos no trajeto de casa até o local de consumo também prejudicam no desempenho do seu papel de consumidor, sendo eles a falta de sinalização adequada aos tipos de deficiência, transporte coletivo, desnível de calçadas, buracos, dentre outros.

Todos esses fatores são comuns na vida daqueles que possuem algum tipo de deficiência e impedem que eles exerçam os mais variados tipos de papéis que

desejem, inclusive o papel de consumidor. Como a nossa sociedade é baseada no capitalismo, o consumo permeia as práticas sociais e as construções de identidade, portanto, impedir que uma pessoa com deficiência tenha acesso a suas necessidades de consumo pode acarretar em problemas para a formação e para a expressão de suas identidades (FARIA, CARVALHO, FERREIRA, 2010).

Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007) realizaram um estudo no qual identificou que o maior anseio dos indivíduos com deficiência ao entrar em uma loja é serem vistos como consumidores, contudo esta não é a realidade encontrada, devido à falta de treinamento específico dos funcionários. Aqueles que deveriam prestar assistências aos clientes, muitas vezes são incapazes de enxergar as PcDs como potenciais consumidores, estigmatizando-os apenas como deficientes. Ou seja, além das questões arquitetônicas e de mobilidade, o despreparo dos atendentes também atrapalham o consumidor deficiente (SILVA, 2014).

Entendendo a necessidade da melhoria da qualidade dos serviços oferecidos para atender à demanda dos consumidores deficientes, foi elaborado no Brasil o Decreto-Lei nº 5.296 de 2004, que regulamenta as leis que priorizam o atendimento às pessoas com deficiência e estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade. Apesar dos avanços pretendidos, o que se encontra na realidade está aquém das condições ideais para que as PcD possam praticar atividades de consumo (SCHIVITZ, 2007).

Os varejistas e demais envolvidos nos setores de serviços ligados ao atendimento direto ao cliente, precisam reconhecer e compreender que as PcDs representam um segmento de consumidor que está cada vez mais ascendendo (SILVA, 2014). Neste sentido, Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007) enfatizam que os consumidores preferem adquirir produtos com os quais se identifiquem, agindo da mesma forma com relação às lojas e demais ambientes para consumo. Por isso é fundamental que haja adequação do ambiente arquitetônico e da equipe profissional para atender as demandas do consumidor deficiente.

As empresas parecem ainda não ter registrado que, com as conquistas recentes, acima de tudo as que dizem respeito à inserção no mercado de trabalho, tal segmento aumentou seu poder aquisitivo, mas continua não tendo as suas demandas atendidas (FARIA; SILVA, 2011, p.18).

Ao tentar exercer o seu papel social de consumidor, ao invés de um ambiente acolhedor e que atendam às suas necessidades, onde possam gastar seu dinheiro, o que as pessoas com deficiência encontram são portas pesadas demais para serem

abertas, entradas de loja estreitas demais para permitir a passagem das cadeiras de rodas e espaços livres para circulação abarrotados de mercadorias (FARIA, CARVALHO, FERREIRA, 2010).

O respeito aos aspectos legais da acessibilidade deve ser uma preocupação primordial aos comerciantes e prestadores de serviços, porém Damascena, Melo e Batista (2004) afirmam que também deve-se ter como objetivo compreender as necessidades, desejos e preocupações dos consumidores com deficiência, no intuito de elaborar um ambiente que estimule experiências satisfatórias para esse perfil de consumidor.

Portanto, a promulgação de leis que contribuam a acessibilidade em ambientes públicos e privados promove a melhoria de condições de participação social das PcDs. Mesmo que isto não ocorra de forma efetiva atualmente, é evidente que quanto mais se falar e quanto mais se exigir, mais avanços serão realizados, permitindo que os sujeitos com deficiência circulem pelos mais diversos ambientes e consumam. Sendo assim, 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).

2.4 INCLUSÃO SOCIAL E ACESSIBILIDADE

O debate sobre inclusão social é uma realidade mundial, através do qual se busca o convívio das pessoas com deficiência nas atividades de lazer, econômicas ou sociais. Segundo Mendes e Paula (2008), é essencial que se estabeleça uma preparação e adaptação para receber qualquer indivíduo, seja na questão arquitetônica, atitudinal ou comunicacional, criando uma sociedade capaz de acolher todas as pessoas, independentemente das diferenças e necessidades individuais.

O objetivo é unir diferentes tipos de pessoas em um mesmo ambiente e não segregá-las a partir da criação de instituições específicas para, no caso, pessoas com deficiência. Nesse sentido, se o espaço é o mesmo para todos que quiserem usufruí-lo, é imprescindível a garantia da acessibilidade, uma vez que esta possibilita “o convívio entre os diversos segmentos da sociedade e as pessoas com deficiência, resultando em uma maior interação e, conseqüentemente, em uma situação de hospitalidade” (MENDES; PAULA, 2008, p.331).

De acordo com Gil (2006) acessibilidade é promover a equiparação de oportunidades em todas as esferas da vida. Este autor ainda ressalta que a eliminação de obstáculos que impedem a livre circulação favorece aqueles com ou sem deficiência, pois oferece qualidade de vida, segurança e permite a convivência e a interação entre diferentes.

O Manual do turismo e acessibilidade (BRASIL, 2006) destaca que o debate sobre direitos e equiparação de oportunidades para todos contribui para a conquista da cidadania plena, além de ser importantes para a utilização segura e autônoma das edificações e equipamentos turísticos. Fica evidente que acessibilidade e qualidade de vida andam juntas, e por isso deve ser um compromisso assumido por todos.

O fator crucial ao promover a inclusão social e garantir acessibilidade às pessoas com deficiência é estimular uma vida autônoma e independente, onde as PcDs possam ser senhores de seus destinos, assumindo o controle de suas vidas e tomando decisões importantes para si mesmo. Somente quando isto acontecer, teremos, de fato, uma sociedade inclusiva, onde os estigmas e paradigmas em torno das deficiências poderão ser rompidos (LATTARI, 2009).

A essência da inclusão social está em promover um acolhimento que respeite as necessidades e diferenças de cada indivíduo. Para tal é fundamental que exista acesso físico e informacional, e assim tenha um ambiente de igualdade entre as pessoas através da acessibilidade (MENDES; PAULA, 2008).

Diante do exposto e seguindo o pensamento de Sasaki (2004), a inclusão social consiste em tornarmos a sociedade um lugar viável para a convivência entre pessoas de todos os tipos e condições na realização de seus direitos, necessidades e potencialidades.

2.4.1 Acessibilidade no setor turístico

No estudo de Silva (2014) observamos como aconteceu o processo de participação das pessoas com deficiências em excursões turísticas, sendo iniciado na década de 1970. Entretanto, estes eventos eram destinados exclusivamente para PcDs e por isso acabava se tornando mais um instrumento de segregação. Já na década de 1980 as discussões sobre inclusão social impulsionaram a percepção da necessidade de se construir uma sociedade adaptável a todos e que possam utilizar

os mesmos serviços, deixando para trás a ideia de que a pessoa com deficiência deve adaptar-se à sociedade.

Na realidade brasileira, apenas no ano de 1995 a temática da inclusão social passou a permear o campo do turismo. Nesse sentido, começou-se a incorporar o pensamento inclusivo, na qual um determinado atrativo ou serviço deve se adaptar para atender bem a pessoa com deficiência e não este se adequar às limitações do empreendimento (SILVA, 2014). Portanto, mesclando a ideologia da inclusão e do turismo, os turistas com e sem deficiência devem conviver concomitantemente, sem separação durante o exercício das atividades. Conforme Mendes e Paula (2008), “para o turismo representar uma parte do desenvolvimento e bem-estar integral das pessoas com deficiência, ele precisa ser realizado no mesmo espaço em que convivem as pessoas sem deficiência” (p.330).

O lazer turístico pode ser visto como uma oportunidade para a inclusão social, caso os empreendimentos realmente coloquem em prática essa ideologia e os direitos das PcDs garantidos em Lei. Porém, no contexto brasileiro, o turismo inclusivo ainda caminha devagar, sendo necessário mais investimento na melhoria da prestação do serviço (FARIA; CARVALHO; FERREIRA, 2010).

De acordo com Sasaki (2009), os consumidores deficientes ao buscarem atividades de lazer, se deparam com três obstáculos principais, sendo eles atitudinais, comunicacionais e arquitetônicos. Nas duas primeiras situações percebe-se o despreparo por parte dos atendentes. O que acontece muitas vezes, é a falta de capacitação desses profissionais para receber as pessoas com deficiência. O último caso é relacionado à disposição estrutural do ambiente.

Cada PcD sente o impacto das barreiras encontradas de uma maneira particular, uma vez que cada um possui sua própria singularidade e sua deficiência específica, fazendo com que interaja de forma individual com a delimitação descoberta. Faria, Carvalho e Ferreira (2010) trazem o exemplo do deficiente auditivo, o qual se depara com uma barreira comunicacional muito forte, tendo em vista que a LIBRAS não é uma língua conhecida por todos. Já as barreiras arquitetônicas são mais presente na vida dos cadeirantes e daqueles com deficiência motora.

Fica evidente que a prática do turismo voltado para as pessoas com deficiência ainda é um pouco distante do considerado acessível para as PcDs (SILVA, 2014). E o responsável por ampliar a melhoria deste quadro é a própria sociedade, que deve

buscar eliminar as barreiras construídas que afastam as pessoas com deficiência, para que elas possam ter acesso aos lugares, serviços, informações e bens necessários ao seu desenvolvimento pessoal, social, educacional e profissional (SASSAKI, 2009).

Para além da responsabilidade da sociedade como um todo, promover a integração e a socialização da pessoa com deficiência também é dever do gestor de turismo, tendo em vista sua responsabilidade com o bem estar dos viajantes, além do fato de ser uma maneira de enriquecer a cultura do local através do conhecimento trazido pela diversidade (LATTARI, 2009).

O manual do turismo e acessibilidade é uma construção do Ministério do Turismo do Brasil no intuito de promover a acessibilidade e tratar o assunto em função da abrangência do setor que engloba prestação de serviços, equipamentos e atividades turísticas, e outras áreas, direta e indiretamente. Este documento traz orientações para o setor turístico que gera acessibilidade a todos, independente das diferenças. Para que isso aconteça, a PcD precisa ter condição de utilizar, com segurança e autonomia, as edificações e os equipamentos de interesse turístico (BRASIL, 2006).

Portanto, o turismo tem a capacidade de promover um cenário onde as pessoas com deficiência consigam realizar suas habilidades e aproveitar o lazer de diferentes maneiras. Para isso é necessário que as PcDs sejam ouvidas como consumidores do serviço, a fim de aprimorar o que é oferecido, construindo um ambiente de acessibilidade e disseminando a liberdade de escolha e autonomia desses clientes com deficiência (MENDES; PAULA, 2008).

Quanto à sua finalidade, os estabelecimentos turísticos são classificados em quatro grupos, conforme identificado no Quadro 03.

Quadro 02 – Classificação dos estabelecimentos turísticos

Informação e comercialização	Composto por agências de viagens e companhias aéreas, escritórios de informação turística, públicos ou privados.
Alojamentos	Inclui hotéis, residências, apartamentos e campings.
Restauração	Abrange lancherias, bares, restaurantes.
Lazer e recreação	Compreende os parques temáticos, cinemas, teatros, museus e afins.

FONTE: Silva (2014).

Devido à delimitação desta pesquisa, o foco será a acessibilidade no ambiente de alojamento. O setor hoteleiro é responsável por proporcionar aos clientes bens

intangíveis e por isso devem oferecer acessibilidade em seus serviços para que seja capaz de atender adequadamente e satisfatoriamente os clientes com e sem deficiência, despertando sensações de bem-estar e satisfação (ÁVILA; JÚNIOR, 2006).

2.4.2 Acessibilidade no setor hoteleiro

Ao procurar um serviço de alojamento, a pessoa com deficiência deseja encontrar um hotel que facilite o seu acesso em todos os ambientes, como piscinas, restaurante, saguão, quadras. Quando ocorre o contrário, as PcDs sentem-se frustradas e com seus anseios e necessidades ignorados. A acessibilidade deve estar presente nos serviços hoteleiros de modo que os seus equipamentos e edificações possam viabilizar a segurança, autonomia e independência dos consumidores deficientes sem obstáculos ou impedimentos (FARIA; CARVALHO; FERREIRA, 2012; SILVA, 2014).

Na questão das barreiras encontradas pelas PcDs, Sasaki (2009) afirma que aquelas referentes às dimensões arquitetônicas (barreiras físicas) são as mais enfrentadas e impedem que exerçam plenamente seu papel de consumidor. Outra forma de empecilho encontra-se na dimensão comunicacional, em que falta um diálogo adequado entre o fornecedor de serviço e o cliente deficiente, isto ocorre principalmente entre os deficientes auditivos. Quando o ambiente não leva em consideração as necessidades especiais das PcDs e não se adequa aos métodos e técnicas de lazer e trabalho, ocorre a chamada barreira de dimensão metodológica.

Além das já citadas, Sasaki (2009) acrescenta outras três dimensões que prejudicam a inclusão e acessibilidade dos consumidores deficientes. A dimensão instrumental refere-se aos aparelhos, instrumentos e equipamentos que não são adequados às limitações físicas, sensoriais e mentais de algumas das pessoas com deficiência. Existe a dimensão programática que são Leis, regulamentos e normas que impedem ou dificultam as pessoas com deficiência à utilização dos serviços. E por último, a dimensão atitudinal envolve a educação da sociedade de modo geral, que ainda possui pensamentos preconceituosos a respeito de pessoas com deficiência, e que por isso deixam de abrir oportunidades de lazer para este segmento populacional.

Os obstáculos são diários e constantes, vão além das barreiras físicas, e estão repletas de estigmas e estereótipos. Quando a PcD consegue superar esses empecilhos,

o indivíduo alcança o acesso, ou seja, vivencia a acessibilidade, bem como o equilíbrio de trocas, em contrapartida, quando alguma barreira não é superada, o indivíduo esbarra nas dificuldades do acesso e tal problema dificulta o equilíbrio de troca (SILVA, 2014, p.49).

As pessoas com deficiência têm o direito de acesso fácil em todas as áreas do hotel, inclusive as áreas recreativas. Além disso, estes empreendimentos turísticos devem cumprir o Decreto Federal nº 5.296/04, que determina que as edificações de uso coletivo devam estar adaptadas para receber a pessoa com deficiência (SILVA, 2014).

A acessibilidade para o usuário em um hotel não é restrita apenas ao quarto adaptado, ela deve abranger todas as áreas deste setor de serviço, o qual deve ser capaz de receber, hospedar e integrar o consumidor deficiente. Portanto, as empresas do setor hoteleiro têm como desafio desenvolver a qualidade e bons serviços para todos os clientes sejam quais forem as suas necessidades. “Privar o hóspede de transitar pelas áreas comuns ou utilizar a piscina pode ser uma limitação que frustra ou desgasta toda uma experiência do turista” (LATTARI, 2009, p.10).

Um ensejo comum a todos é ser bem atendido ao chegar a um ambiente, não sendo diferente quando uma pessoa com deficiência hospeda-se em um hotel. Por isso é essencial que os funcionários estejam qualificados para atender estes clientes, assim como o ambiente arquitetônico esteja adequado e acessível para recebê-los. As empresas do ramo hoteleiro devem estar capacitadas para o atendimento e prestação de serviços haja vista as exigências de cada cliente, notadamente os que possuem necessidades especiais (OLIVEIRA; BUTUHY; GONÇALVES, 2007).

As empresas de hotelaria precisam compreender, segundo Silva (2014) que, ao receber um cliente, elas se tornam sua casa temporária e por isso precisam buscar mecanismos que ofereçam aos hóspedes com alguma deficiência, total autonomia e liberdade, ou seja, acessibilidade.

No caso do cliente deficiente, encontrar um ambiente que não seja acessível e não lhe ofereça condições de usufruir o espaço e equipamentos de maneira autônoma, ele pode se sentir motivado a expressar seu descontento através de diferentes meios, entre eles, a comunicação digital.

2.5 IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

O crescimento da internet e do número de seus usuários provocou uma transformação nas formas de comunicação entre as pessoas. A tecnologia popularizou o espaço de expressão e interação que antes era reservado às mídias de massa, permitindo aos indivíduos que desejarem expressar sua opinião um espaço para diálogo na sociedade contemporânea (TERRA, 2009). É no ciberespaço que ocorrem estas trocas de informações, e para Sanchez e Rosa (2014), a comunicação nos ambientes digitais se tornou indispensável, já que grande parte dos públicos das organizações pode ser alcançada por estes meios.

Terra (2009) elenca alguns fatores que a comunicação digital proporcionou, sendo eles: mudança de linguagem, se tornando mais objetiva e concisa; mudança de foco, diminuindo os grupos massificados e homogêneos para se transformar em audiência segmentada e agrupadas por interesses afins; maior velocidade; oportunidade de resposta e participação; construção coletiva on-line; e rápida difusão. Tais mudanças, aliadas ao amplo acesso à banda larga e a facilidade do uso das ferramentas disponíveis na Web, contribuem para a ampliação da participação dos usuários das mídias digitais na distribuição, acesso e uso dos conteúdos digitais (MONTARDO, 2010).

Com a tecnologia a favor do usuário, grupos de relacionamento ou interesses comuns se reúnem, partilham informações e definem agendas específicas, interferindo na opinião pública e na imagem e reputação das organizações. Ou seja, a comunicação digital abriu espaço para a população expressar a sua opinião abertamente e, inclusive, servir como referência na formulação do juízo de terceiros sobre determinado assunto. Essas “redes virtuais de interesse” são os agentes de uma mudança na forma como as empresas lidam com os grupos de pressão que afetam seus negócios (CAMARGO, 2005).

Por ser um ambiente de ampla e rápida propagação da informação, o ciberespaço permite que os conteúdos gerados em seus canais de mídias digitais se popularizem de maneira quase instantânea. Por isso, Terra (2009) ressalta a preocupação que as empresas devem ter em relação a essa popularização da tecnologia, uma vez que as tornam mais vulneráveis às manifestações e denúncias que podem ocorrer via Web.

Os consumidores dos produtos oferecidos pelas diversas empresas dos mais variados setores de serviços são os mesmos usuários da internet, que tem acesso rápido e fácil aos conteúdos gerados nas mídias digitais. Na mesma intensidade que os consumidores pesquisam sobre referências de julgamentos, Montardo (2010) afirma que eles se tornam formadores de preferências, ao expressarem suas opiniões em várias plataformas online, bem como em sistemas de recomendação.

Ao produzirem textos, fotos, vídeos e áudios, expressando conceitos sobre determinado produto/empresa, os internautas estão causando o que Montardo (2010) denomina de conteúdo gerado pelo consumidor (CGC), os quais podem ser disponibilizados em: blogs, wikis e outros formatos baseados em colaboração de texto, agregação em grupo e partilha de endereços favoritos, *podcasting*, sites de “redes sociais” e mundos virtuais (ex: *Second Life*). Portanto, é preciso estar atento para o novo tipo de consumidor que também é produtor e distribuidor de conteúdo.

A importância desses conteúdos digitais está na participação, colaboração e interação dos usuários, que contribuem acrescentando informações pessoais sobre o tema/produto em questão. Especificamente sobre os blogs, eles podem ser vistos como simples diários pessoais ou como espaços de notícias, comentários e opiniões, porém estão conquistando credibilidade até mesmo da imprensa tradicional, que vem utilizando como fonte de informação. Os leitores, por sua vez, vêm incorporando ao seu cotidiano os blogs de formadores de opinião assim como incluem veículos tradicionais (TERRA, 2009).

Para realizar a interlocução entre os conteúdos gerados no ciberespaço e empresa/pessoa a qual a mensagem está sendo direcionada, é essencial que ocorra a comunicação digital baseada na bidirecionalidade, que Terra (2009) classifica como sendo a comunicação que permite a oportunidade de resposta e interação entre os emissores e receptores de uma mensagem. “A comunicação bidirecional digital elimina os intermediários ou minimiza seus efeitos, pois pretende ser direta e instantânea. Ágil, de resposta rápida e desintermediada” (TERRA, 2009, p.3).

Neste novo cenário da era digital, as empresas devem participar do diálogo proporcionado pelos blogs na web. Tais instrumentos consistem na publicação espontânea e imediata de informações que podem beneficiar ou comprometer uma companhia (PIMENTA, 2005). As novas tecnologias precisam ser vistas como um reforço na comunicação entre empresa e seu público, contribuindo na identificação de

tendências e percepções, revisar formatos de comunicação e gerar resultados positivos à imagem da organização (TERRA, 2009).

Portanto, por ser um ambiente de troca informacional e de alta visibilidade mediática, o ciberespaço permite o desenvolvimento de uma comunicação digital baseada na troca de informações e atendimento rápido ao usuário, servindo como mais um aliado dos processos comunicacionais. Por esse motivo as organizações precisam estar inseridas nessas redes de forma a consolidar sua imagem, atender os públicos e gerenciar crises (SANCHEZ; ROSA, 2014).

3 METODOLOGIA

Neste capítulo apresento os instrumentos metodológicos utilizados durante a pesquisa, no qual foram fundamentados em referências técnicas a fim de esclarecer a construção deste estudo.

3.1 A PESQUISA

De acordo com Cervo et al, (2007) a pesquisa tem caráter original porque busca entender os fatos e fenômenos envolvidos como também descobrir novas casualidades que estejam ligadas ao objetivo de estudo. Essa pesquisa apresenta-se em abordagem qualitativa básica, porque segundo Prodanov e Freitas (2013) a subjetividade do sujeito não pode ser trazida em números e sim atribuir significados as interpretações dos fenômenos existentes nos dados coletados.

Esta pesquisa tem a finalidade de natureza exploratória que segundo Cervo et al, (2007) é naturalmente o primeiro passo no processo de pesquisa, onde é usada a descrição dos dados conforme foram coletados, com alto nível de detalhamento e descrições precisas, surgindo ao longo da coleta e análise algumas hipóteses que podem levar a uma conclusão.

3.2 COLETA DE DADOS

A fonte de dados desse estudo são os blogs que tem como temática voltada para pessoas com deficiência motora (cadeirantes). Primeiramente foram pesquisados e identificados dois blogs: Mão na Roda; Guia do Cadeirante Viajante, que foram escolhidos por sua alta quantidade de postes sobre experiências de cadeirantes como consumidores do serviço hoteleiro. Logo após foi realizada a separação dos postes que estivessem dentro do objetivo de estudo dessa pesquisa, assim foram encontrados materiais com publicação de maio de 2008 a agosto de 2015, podendo assim avaliar um pouco da evolução dos serviços prestados pelo setor.

Ao coletar os dados foram encontradas 52 laudas de textos que contém 13 postagens e 40 comentários de leitores que discutem fatores como a acessibilidade, qualidade do serviço prestado, normas técnicas e a satisfação do cliente nos serviços oferecido pelos hotéis com aprovações, reprovações e indicações de outros locais que podem ser frequentados.

3.3 ANÁLISES DE DADOS

As postagens que abordaram em seu conteúdo a experiências de cadeirantes como consumidores do serviço hoteleiro, foram sujeitas a uma análise interpretativa do seu contexto. Segundo Simão et al, (2004) a realidade cotidiana é construída através do senso comum das pessoas ali inseridas, através de ideias e orientações recebidas pela sociedade, assim a comunicação gerada nos blogs quanto à imagem do serviço oferecido pelos hotéis, sofrem a influência das representações sociais.

A pesquisa por ser direcionada como qualitativa em que a subjetividade de cada dado é uma particularidade, foi optado por dividir os comentários encontrados por semelhanças com os fatores que de acordo com Sasaki (2009) estão ligados diretamente com as barreiras que os PcDs enfrentam no processo de inclusão e acessibilidade no ato de consumir, são eles: dimensões arquitetônicas, dimensão comunicacional, instrumental e atitudinal.

Como já foi dito na subseção anterior foram coletadas 52 duas laudas de texto no qual continham 13 editoriais publicados sobre experiências de cadeirantes como consumidores do serviço hoteleiro, dos quais foram extraídos 44 trechos dos editoriais e comentários que estão dentro do objetivo dessa pesquisa para serem aqui analisados.

Quadro 03 – Comentários coletados nos blogs

ORDEM	COMENTÁRIO	CATEGORIA	SUB-CATEGORIA	BLOG PUBLICADO
01	Com relação a acessibilidade dentro do quarto, não tive problemas, porém grande parte dos hotéis com quarto acessível contam com banheira, fornecendo apenas barras laterais e um banquinho sem encosto, ou seja, sem chance!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Guia do Cadeirante Viajante

02	Optei em comprar uma cadeira de banho (dava p/alugar, mas preferi comprar e trazer p o Brasil), a qual é encaixada na banheira de forma que o deficiente consiga fazer a transferência sem problemas, com relação ao espaço do quarto, transitei super bem, além de grande é bem confortável!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Guia do Cadeirante Viajante
03	Pois me parece que fico muito restrita a ver sempre se a cadeira passa pelas portas se não vou passar apuros num banheiro sem barra, se vai ter como subir e descer, enfim valeu curto muito suas postagens	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Guia do Cadeirante Viajante
04	E falando em acessibilidade, tenho que mencionar meu hotel. Meu plano era morar em casa de família, mas não encontrei uma acomodação para o meu perfil e tive que optar pelo o hotel. Quando cheguei ao quarto dei de cara com uma banheira, só pensei, agora fu... Entrei em contato com a recepcionista e com minha agencia no Brasil que em sequencia entrou em contato com a escola e tudo foi resolvido rapidamente. Tá certo que tive que tomar uma banhinho de gato por 2 dias, já que não consigo ter equilíbrio de tronco na adaptação que arrumaram para mim, todavia valeu a pena, tanto minha agência (CI - Central de Intercambio) como a escola correram atrás de tudo e até uma cadeira de banho o hotel comprou, portanto futuros cadeirantes já consegui uma cadeirinha de banho para vocês nesse hotel...hehehe (COMENTÁRIO, 04).	Ambiente Social	Dimensão Comunicacional	Guia do Cadeirante Viajante
05	Em termos de acomodação o hotel fornecia quartos com adaptações necessárias, portas na largura exata e banheiro com bancos acoplados a parede. Eu particularmente como a Ana não gosto dessa adaptação, porém o fato de já não ter banheira e pensarem na adequação já me deixa bem feliz	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Guia do Cadeirante Viajante
06	Na entrada existe uma rampa em L que tem uma inclinação um pouco agressiva, mas sempre tem alguém do hotel para lhe ajudar, aliás palmas para o serviço do Arena que em todo tempo foi muito solícito prestando a ajuda no momento certo	Ambiente Social	Dimensão Atitudinal	Mão na Roda
7.1	Vc sabe informar se existe possibilidade de o hotel disponibilizar uma cama extra para o acompanhante de um tetraplégico?	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
7.2	Acredito que a suite ficaria bem apertada com essa cama extra, o que tiraria a acessibilidade	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda

08	Ficamos no Ipanema Mar Hotel, na Visconde de Pirajá, muito, muito bom, cama king, quarto amplo e um banheiro show de bola de acessível. Levamos a cadeira de banho pq eles tem os banquinhos de PVC, que o Milton não consegue sentar. Estamos ensaiando um finde em SP, se formos, avisamos com antecedência, aí aproveitamos e fazemos consultas sobre cadeiras, kkkk.	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
11	Pois é cara, nem todos usam cadeira de banho, mas muitos usam, acho que não custaria nada pra esses hotéis ter uma cadeira de banho de 500 reais, tenho uma desmontável, mas é um saco levá-la na bagagem. Mas como você disse, o negócio é sempre perguntar antes e ir precavido, infelizmente temos que lidar com todos esses detalhes...	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na roda
12	Viajo com a mamãe, que faz uso de cadeiras de rodas. Fico revoltada com a falta de respeito, para com os deficientes neste país. Abraços	Ambiente Social	Dimensão Atitudinal	Mão na Roda
14	Canso de ouvir estabelecimentos usando a desculpa de que se precisa de muito espaço para adaptar, e por isso acabam não fazendo nada, pois não tem área suficiente. Pior do que isso, é bem comum encontrar banheiros com medidas exageradas e que poderiam ser bem menores sem atrapalhar em nada. A ignorância arquitetônica ainda é grande	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
15	Ah, os hotéis Íbis poderiam providenciar cadeiras de banho para os hóspedes deficientes. Esse banquinho no chuveiro é terrível para tetraplégicos com lesão alta e sem mto equilíbrio!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
16	Eu também acho que todos os hotéis adaptados tinham que ter cadeiras de banho Ah e ninguém arisca ir ao Ibis Liberdade, minha reserva era nele mais chegando lá me deparei com o banheiro sem mangueirinha no chuveiro e o vaso eles levantarão tanto que nem entrar a cadeira de banho dá, resumindo pra mim não é adaptado	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
17	Aqui no RS temos um bom portal de pesquisa, o Hagah, onde pesquisei os hotéis e pousadas da região e entrei no site de cada um (uns 30!) questionando sobre a disponibilidade de quartos adaptados próximos àquela data. Por ser uma região eminentemente turística, fiquei surpreso com as respostas, pois apenas uns 5 me responderam possuir quartos adaptados	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
18	Mas enfim, sempre que viajo vem aquela tensão de saber se o hotel é bem	Ambiente Social		Mão na Roda

	adaptado e tudo que está escrito no site realmente existe e funciona.		Dimensão Comunicacional	
19	Eles colocaram uma porta de correr do quarto para o banheiro, o que acho ótimo. Além de poupar espaço poupa o saco que é abrir e fechar porta com a cadeira (puxa a porta, a cadeira vai pra trás, ai tenta pegar a maçaneta, a porta vai pra frente... aff, uó	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
20	Não há cortina no box e o caimento não é muito bom, o que faz com que depois que tomemos banho, o banheiro fique com o piso todo molhado, o que além de ficar meio nojento, ainda é perigoso para quem está dividindo o quarto conosco, pois se bobear acaba levando um escorregão	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
21	Já fiquei em hotéis de uma outra rede em lugares diferentes e na maioria das vezes encontro adaptações diferentes em cada quarto. Achava que era tudo padronizado, rs. E esse banquinho na parede é o que mais vejo por aí, mas não sou muito fã, pois alguns são pequenos e desconfortáveis para usar	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
23	Da rede do Ibis só conheço esse do post e achei muito legal. Pena que o Hotel tenha mais de 300 quartos, mas apenas 2 são adaptados	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
24	Sou arquiteta e estou adorando os seus posts, são muito importante para quem projeta e constrói. Gostaria de saber se você verificou a profundidade do bando de transferência no box do banheiro. Você acha que tem uns 40cm? Pela foto parece ter menos, mas não dá para saber	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
25	Fomos super bem recebidos pelo funcionário Mauri, que nos mostrou as dependências do hotel. O local é totalmente adaptado para cadeirantes ou pessoas com outras deficiências motoras: restaurante, quartos, piscina, tudo acessível por rampas e elevadores que levam a todos os andares e te deixam praticamente à beira da piscina aquecida. Aliás, a piscina é um luxo: tem uma cadeirinha-elevador que te deixa dentro d'água!	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
27	O Laghetto não é lá essas coisas em termos de acessibilidade. Na verdade, ao contrário do que nos disseram na ocasião da reserva, tivemos que improvisar um pouco no que se refere ao banheiro. Ocorre que, embora o banheiro seja adaptado a barras, bem instaladas, porta larga, pia com espaço vazio embaixo, e cadeira fixa embaixo do chuveiro, precisamos tirar uma	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda

	presilha da porta do box para que a cadeira de rodas pudesse entrar melhor até o local do chuveiro. Feito isso, tudo se resolveu e a estadia foi boa			
28	Entretanto, não podemos esquecer que a norma técnica de acessibilidade é uma recomendação para atender à necessidade de 100% das pessoas com necessidades especiais (PNE). Como norma técnica é recomendação e não lei, cabe ao responsável pelo projeto a escolha pelas adequações que devem estar presentes	Ambiente Social	Dimensão Atitudinal	Mão na Roda
29	Ótima ideia! Fico muito feliz com essas iniciativas. E, tendo um maior número de quartos, o projeto arquitetônico pode dar um show de criatividade, buscando alternativas que cheguem no mesmo objetivo: boa acessibilidade	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
31	... na minha opinião, hotéis, pousadas e restaurantes adaptados, deveriam receber uma estrela a mais e BEM GRANDE! SHOW DE BOLA!!!	Ambiente Social	Dimensão Comunicacional	Mão na Roda
32	Devido a trabalhar com cinema, sempre estou em hotéis e a maioria não tem adaptações, a pior hora é a hora de tomar banho, pois num banheiro sem adaptações, a pessoa pode cair e as vezes podem cair duas pessoas, o portador de deficiência e quem o está ajudando. Esse hotel está de parabéns, pela foto do banheiro, vi que a acessibilidade ali é ótima, e aquela cadeira que ajuda a entrar na piscina, show de bola!! Tomara que outros hotéis se espelhem nesse!!!!	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
33	Fiquei no Serrano Resort q diria ser "semi-adaptado". O qto e banheiro eram considerados adaptados, mas tinham uns defeitos, eles não tiveram aquela sacada do balcão da recepção, por exemplo, mas o hotel Serrano tem mais acertos do q falhas qto a acessibilidade	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
35	Ae tu me pegou...não lembro..acho que não tem rampa. Acho que é a única deficiência (isso sim) da pousada. E botar um elevador não sei aonde eles poderiam pôr. Mas o interessante, apesar de eu achar a pousada a melhor de gramado. Os apartamentos com as adaptações ficam no andar de cima,enquanto nos apartamentos do térreo acho que não têm.(já fiquei em um). O que deveria ser ao contrário. Vá saber	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
36	A cadeira de banho é do hotel? Se for, coloca uns mil pontos pra ele!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda

38	- Não tem box, mas deveria ter cortinas e um chuveirinho. O banheiro deve ficar alagado assim! - Oi Marco! Segundo a camareira, a cortina do nosso banheiro tinha rasgado e ainda não tinham repostado. Mas você tem absoluta razão... Molhou tudo! O chuveirinho (no box e no vaso) realmente fez falta. Bem lembrado!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
39	Só acho péssimo a falta de bidê (eletrônico ou não) ou chuveirinho higiênico nos banheiros adaptados!	Ambiente Físico	Dimensão Instrumental	Mão na Roda
40	To me organizando para passar as férias no final do ano no Rio de Janeiro ... mas, estar difícil a situação dos hotéis com uma boa	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda
41	Após preparar a viagem por duas semanas, minha esposa encontrou um hotel com quarto adaptado para cadeira de rodas, porém, devido à minha desconfiança de que o quarto era realmente adaptado, solicitei as fotos do banheiro para ver se realmente a cadeira poderia entrar. Em resposta a minha solicitação, a atendente do hotel enviou uma mensagem dizendo que o hotel é o único da América Latina a possuir o certificado do Instituto Pestalozzi de acessibilidade total, fiquei surpreso e empolgado para ver o que de diferente o tal certificado oferecia	Ambiente Social	Dimensão Comunicacional	Mão na Roda
42	Para minha grata surpresa o manobrista já sabia como tirar do porta malas e montar a cadeira de rodas, ofereceu ajuda para sair do carro de uma forma tão natural que parecia que ele tinha algum familiar com problemas de locomoção	Ambiente Social	Dimensão Atitudinal	Mão na Roda
44	A piscina e a sauna do hotel tem rampas e chuveiros aptos a receber portadores de qualquer necessidade especial, foi o único lugar sem ser o hospital Sarah de Brasília que vi tamanha disponibilidade ao portador de deficiência	Ambiente Físico	Dimensões Arquitetônicas	Mão na Roda

Fonte: (blogs: Mão na Roda e Guia do Cadeirante Viajante).

Nas análises desses foram destacados a posição crítica e sugestões em que os autores e leitores relatam de forma positiva ou negativa para qual o serviço consumido ou experiência vivida anteriormente como consumidores em relação a: estrutura física, instrumentos, equipamento que facilitam a acessibilidade, comunicação e atitudes dos funcionários de hotéis, pousadas e hospedarias.

3.4 ANÁLISE DO CONTEÚDO.

Quanto às postagens, foi aplicada a técnica de análise de conteúdo que segundo Simão et al, (2004) é utilizada de forma adequada em estudo que necessita de descrições objetivas e sistêmicas, para o qual o foco é a análise da comunicação textual e mensagens geradas na sua ilação de quem produz tal como para a interpretação/reação de quem a recebe.

A análise de dados dentro da perspectiva de análise de conteúdo seguiu três etapas que Simão et al, (2004) e Mozzato e Grybovski, (2011) abordam como sendo essencial: a primeira ocorre com uma apreciação inicial um pouco superficial, sem aprofundamento nos detalhes; na segunda ocorre um estudo minucioso na forma que o conteúdo foi inscrito, e os principais fatores que aparecem com maior frequência no texto; na terceira fase é tratado as informações encontradas dividindo elas em categorias e subcategoria realizando uma reflexão sobre a sua importância para o tema e suas consequência na construção da comunicação.

Esta pesquisa adota o método de análise de conteúdo para que possa haver um equilíbrio entre o científico e a subjetividade, para que os resultados deixem de ser meras especulações e passem a ter uma cientificidade nas suas conclusões (MOZZATO E GRYBOVSKI, 2011). Para isso Simão et al, (2004) referência a teoria sensitiva que imprime no papel do pesquisador a separação dos dados relevante para o estudo como também a capacidade interpretativa para buscar significados em meio ao conteúdo.

Nesse estudo os comentários são divididos em grupos e subgrupos para que sejam interpretados dentro do ambiente em que estão inseridos e os fatores motivadores para qual o fazem aparecer nesse contexto e sua influência para a comunicação gerada quanto a experiências dos consumidores. Com isso segundo Mozzato e Grybovski, (2011), o intuito desse método é ampliar a visão sistêmica e lógica para extrair conclusões realistas com aspectos científico e subjetivos.

4 ANÁLISES E DISCUSSÕES

No presente capítulo são apresentados as análises e discussões dos dados coletados, levantando aspectos acerca do objetivo desta pesquisa com o aporte teórico de alguns estudiosos da área a fim de elucidar melhor o conteúdo.

4.1 AMBIENTE FÍSICO

Para atender às necessidades dos cadeirantes, os hotéis precisam estar atentos para barreiras físicas que influem na autonomia, na segurança e o bem-estar dos seus hóspedes. Nos tópicos seguintes estão apresentados a dimensão instrumental que contém os equipamentos, instrumentos e aparelhos adequados ou não para o uso de pessoas com deficiência; dimensões arquitetônicas que se referem aos erros e acertos de projeções e construções, ao qual ambos se encontram no ambiente físico.

4.1.1 Dimensão Instrumental

A ausência da estrutura física impede os deficientes de exercerem o seu papel de consumidores. Desse modo, para facilitar a acessibilidade, foram criados instrumentos que são usados no dia a dia na execução de atividades em que proporcionaram aos cadeirantes autonomia e segurança para o uso de suas possibilidades e capacidades individuais (SILVA, 2014). O decreto nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004 em seu capítulo III, Art. 8 no qual dispõem das condições gerais da acessibilidade considera-se para fins de acessibilidade inciso V:

“Ajuda técnica: os produtos, instrumentos, equipamentos ou tecnologia adaptados ou especialmente projetados para melhorar a funcionalidade da pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida, favorecendo a autonomia pessoal, total ou assistida (BRASIL. LEI 9.610, 1998, ART. 27)”

Em hotéis, pousadas e hostels são adotados instrumentos específicos que atendem as especificações da ABNT em observação a NBR 9050 na utilização em acomodações e espaços comuns a todos os hóspedes para que possa ser usado por pessoas com mobilidade reduzida, para o qual os mais adotados são: maçanetas tipo

alavanca, cadeira e banquinho para o banho com ou sem encosto, ducha, barras laterais de apoio para sanitários e para o banho, torneira tipo pressão ou sensores eletrônicos, cadeiras de roda, dispositivos de comandos e acionamentos em geral. No comentário N. 20, a seguir, o internauta relata uma situação em que foi usado um tipo de instrumento inadequado para acessibilidade e a segurança.

Não há cortina no box e o caimento não é muito bom, o que faz com que depois que tomemos banho, o banheiro fique com o piso todo molhado, o que além de ficar meio nojento, ainda é perigoso para quem está dividindo o quarto conosco, pois se bobear acaba levando um escorregão (COMETÁRIO N. 20).

Os hotéis ao projetar um espaço, devem pensar na acessibilidade e em suas dimensões, que atendam às normas técnicas recomendadas para ser usufruído pelos cadeirantes como também por seus acompanhantes. Em muitos casos são usados alguns equipamentos para facilitar a locomoção, a comunicação, ou simplesmente proporcionar conforto na execução de algumas atividades, em outros não são disponibilizados instrumentos e quando os oferecem eles não funcionam por não estarem dentro das especificações correta ou instalados incorretamente.

No comentário N. 20, identifica-se como um instrumento de segurança e higiene a cortina do box, que obrigatoriamente deveria estar no banheiro. Hotéis e pousadas precisam pensar nesses mínimos detalhes que fazem toda a diferença no atendimento da necessidade do cliente, evitando insatisfações como também acidentes. Possivelmente a falha pode ser inicialmente da camareira por não avisar ao setor responsável que aquele quarto estava sem a cortina. Contudo, nesse caso específico, o comentário do leitor abaixo relata que a camareira informou ao cliente que estava aguardando a reposição para poder disponibilizá-la.

No comentário N.20 e N.38 em sua mensagem trazem inconveniências para o hotel que foi frequentado, justificado no simples fato de o setor responsável não ter outra cortina para o banheiro de reserva e prontamente fazer a troca já que é um equipamento necessário na hora do banho de um hóspede principalmente de uma pessoa com mobilidades reduzidas. No trecho abaixo está apresentado uma interação entre o leitor e a pessoa que publicou a postagem, estando dividido em pergunta e resposta.

- Não tem box, mas deveria ter cortinas e um chuveirinho. O banheiro deve ficar alagado assim!

- Oi Marco! Segundo a camareira, a cortina do nosso banheiro tinha rasgado e ainda não tinham repostado. Mas você tem absoluta razão... Molhou tudo! O chuveirinho (no box e no vaso) realmente fez falta. Bem lembrado! (COMENTARIO N. 38)

No setor de serviços a qualidade é medida com base na percepção do consumidor, estando entre a expectativa gerada pelo cliente e o que de fato é oferecido (LATARRI, 2009). É fundamentado nesse conceito de qualidade que os próximos três comentários relatam a falta de excelência nos serviços quando se trata de instrumentos apropriados.

As edificações antigas que não atendem as especificações da ABNT e bem como normas vigentes quanto à acessibilidade, devem passar por uma reforma para que estejam de acordo as necessidades dos deficientes. Os hotéis que se encontram com este tipo de edificações, buscam as adaptações que atendam aos seus hóspedes cadeirantes, contudo enfrentam desafios principalmente quando se refere aos equipamentos corretos que devem ser instalados e que não interfiram no layout antes já planejado, com uma preocupação voltada para os clientes que não necessitam dos instrumentos para suas atividades a fim de não os incomodar. Há hotéis que não dispõem de equipamentos adequados para a execução de atividades, como já falado anteriormente. Outros não funcionam ou encontra-se em estado de desgastes. Nos comentários N. 01 e 39, o internauta relata que existe o equipamento no local, mas é insuficiente em composição e quantidade.

Com relação a acessibilidade dentro do quarto, não tive problemas, porém grande parte dos hotéis com quarto acessível contam com banheiro, fornecendo apenas barras laterais e um banquinho sem encosto, ou seja, sem chance! (COMENTÁRIO N. 01).

Só acho péssimo a falta de bidê (eletrônico ou não) ou chuveirinho higiênico nos banheiros adaptados! (COMENTÁRIO N. 39)

Não só basta pensar e implantar os equipamentos, mas também preocupar-se quanto à quantidade suficiente para disponibilizar ao hospede. Não se pode pensar que uma adaptação já resolve o problema da acessibilidade, mas é o conjunto de adaptações e instrumentos que irão compor um ambiente seguro e autônomo oferecido pelos hotéis. No comentário N. 27, o leitor fala sobre as dimensões que um instrumento deveria ter para que a sua funcionalidade fosse validada e a necessidade de um improvisado para o funcionamento do equipamento.

O Laghetto não é lá essas coisas em termos de acessibilidade. Na verdade, ao contrário do que nos disseram na ocasião da reserva, tivemos que improvisar um pouco no que se refere ao banheiro. Ocorre que, embora o

banheiro seja adaptado a barras, bem instaladas, porta larga, pia com espaço vazio embaixo, e cadeira fixa embaixo do chuveiro, precisamos tirar uma presilha da porta do box para que a cadeira de rodas pudesse entrar melhor até o local do chuveiro. Feito isso, tudo se resolveu e a estadia foi boa (COMENTÁRIO N. 27).

Há que se alertar quanto à comunicação que é estabelecida com os clientes, principalmente, quando eles estão buscando informações para escolher o hotel que se adequa ao seu perfil. Através de conversa por telefone ou canais via internet que os dados são passados, de forma errada, ou incompatíveis com a realidade em que a estrutura acompanha (FARIA *et al*, 2010). No comentário N. 27, mesmo com toda a acessibilidade proporcionada pelo ambiente físico e os instrumentos corretos, um deles não funcionou de forma adequada e foi necessário o hóspede fazer uma adaptação para que a cadeira de roda passasse pela porta e pudesse chegar a área do banho. O próximo comentário, N. 11, aborda a falta de equipamento que facilita a acessibilidade e a falta de visão na identificação da demanda e o suprimento da mesma.

Pois é cara, nem todos usam cadeira de banho, mas muitos usam, acho que não custaria nada pra esses hotéis ter uma cadeira de banho de 500 reais, tenho uma desmontável, mas é um saco levá-la na bagagem. Mas como você disse, o negócio é sempre perguntar antes e ir precavido, infelizmente temos que lidar com todos esses detalhes... (COMENTÁRIO N. 11).

Na intenção de atender bem os seus clientes as empresas prestadoras de serviços de acomodações naturalmente precisam pensar em uma prestação de serviços de qualidade proporcionando conforto, segurança, sociabilidade, conectividade. É perceptível a ausência de uma visão dos gestores desse ramo de hospedagem para identificar demandas gerada pela particularidade de cada hóspede, e nesse mesmo olhar desenvolver ideias de como supri-las. Uma das diretrizes relacionadas por Farias *et al* (2010), para empresas prestadoras de serviços extra domésticos na orientação de consumidores deficientes é nunca prometer algo que não oferece para o cliente, a fim de evitar decepções.

Ainda no comentário N.11, o leitor relata sua opinião de que encontra um nível maior de pessoas que preferem a cadeira como instrumento para facilitar o banho e que muitos, por preferirem esse tipo de hotel, deveriam adquirir esse tipo de equipamento, mesmo não dispondo de um número igual ao das acomodações existentes, mas o suficiente para atender àqueles que a solicitam. Para isso os hotéis

precisam dispor de uma determinada quantia para a compra e que não deve ser vista como um custo e sim como um investimento.

No comentário a seguir N. 15, o internauta relata a importância de se ter mais de um tipo de equipamento para a mesma finalidade:

Ah, os hotéis Íbis poderiam providenciar cadeiras de banho para os hóspedes deficientes. Esse banquinho no chuveiro é terrível para tetraplégicos com lesão alta e sem mto equilíbrio! (COMENTÁRIO N. 15).

O conforto possivelmente está entre os principais itens que um cliente do serviço de hotelaria analisa para escolher o hotel em que vai se hospedar, que em conjunto com a praticidade tornam-se uma estratégia de mercado para atrair novos clientes e fidelizar os existentes. Para atender a necessidades particulares dos clientes cadeirantes é preciso ter mais de um tipo de equipamento para a mesma finalidade. Como relatado no comentário acima o hotel deveria aderir à estratégia de conforto e praticidade para o cliente, uma vez que há a necessidade de se ter uma cadeira de banho para aqueles que não se adaptam ao banquinho, em especial aos que não tem equilíbrio no tórax, para uma independência segura.

A hospitalidade propõe um ambiente no qual estejam presentes, segundo Mendes e Paula (2008), a reciprocidade, o acolhimento e a convivência de todos na diferença, que são aspectos influenciáveis no conforto do cliente. Para os prestadores de serviços, o atendimento ao bem-estar do cliente cadeirantes depende da adaptação ao ambiente físico e os equipamentos que são disponibilizados para o uso durante a sua estadia. No comentário abaixo de N. 21, o leitor relata acreditar que as adaptações para a acessibilidade deveriam ser padrões em qualquer tipo de hotel como também seu descontentamento com o banquinho usado para o banho pelo fato de não ser confortável.

Já fiquei em hotéis de uma outra rede em lugares diferentes e na maioria das vezes encontro adaptações diferentes em cada quarto. Achava que era tudo padronizado, rs. E esse banquinho na parede é o que mais vejo por aí, mas não sou muito fã, pois alguns são pequenos e desconfortáveis para usar (COMENTÁRIO N. 21).

Para realizar qualquer mudança no ambiente físico, como reformas e adaptações a fim de torná-los acessíveis, é levado em conta os custos envolvidos nesses processos. Com isso, alguns projetos são adiados e até descartados no início, por trazer gastos extras para o orçamento do empreendimento. Por outro lado, existem empresários que tem uma visão voltada em proporcionar novos benefícios

como a ampliação do conforto, mobilidade, segurança e a adaptabilidade do cliente ao ambiente e serviços prestados. Nesse contexto, os comentários de N. 02 e 08, relatam as soluções encontradas pelos próprios clientes para resolver os problemas que estão correlacionados aos instrumentos que se adequam às suas necessidades.

Optei em comprar uma cadeira de banho (dava p/alugar, mas preferi comprar e trazer p o Brasil), a qual é encaixada na banheira de forma que o deficiente consiga fazer a transferência sem problemas, com relação ao espaço do quarto, transitei super bem, além de grande é bem confortável! (COMENTÁRIO N. 02).

Ficamos no Ipanema Mar Hotel, na Visconde de Pirajá, muito, muito bom, cama king, quarto amplo e um banheiro show de bola de acessível. Levamos a cadeira de banho pq eles tem os banquinhos de PVC, que o Milton não consegue sentar. Estamos ensaiando um finde em SP, se formos, avisamos com antecedência, aí aproveitamos e fazemos consultas sobre cadeiras, kkkk. (COMENTÁRIO N. 08).

No momento de tomar uma decisão de realizar ou não algum projeto, as empresas necessitam ponderar o custo e benefício que ele trará para o empreendimento. Conforme os dois comentários acima N. 02 e 08, os hotéis deveriam pensar no seu cliente e na comodidade em dispor da cadeira para banho e não fazer com que o hóspede tenha o trabalho de carregá-la ou um custo a mais em comprar um equipamento para usar em suas atividades no estabelecimento, se é de dever do hotel já dispor para uso.

A relação entre custo e satisfação está relacionado ao comentário de N. 36, em que o internauta expressa satisfação futura com a condição de o hotel disponibilizar o instrumento. É mais lucrativo em termos estratégicos o gestor do empreendimento ter a visão de que não é um custo a mais e sim um investimento ao comprar o instrumento e disponibilizá-lo adequadamente. Existe também a relação de produto ampliado no qual poucas são as empresas de serviços de acomodações que trabalham com essa estratégia que surpreende de forma positiva com algo que não era esperado.

A cadeira de banho é do hotel? Se for, coloca uns mil pontos pra ele! (COMENTARIO N. 36).

Na seguinte seção estão contidos os dados sobre as dimensões arquitetônicas e suas implicações de acordo com os comentários coletados nas postagens dos blogs.

4.1.2 Dimensões Arquitetônicas

Os níveis de expectativas do cliente quanto ao ambiente físico estão entre o esperado e o desejado, no meio desses está a tolerância. No processo de escolha de um hotel, as experiências anteriores serão o fator determinante para definir onde vai se hospedar, e vai existir a comparação com os serviços no atendimento às necessidades básicas e o que é oferecido como um produto ampliado de um estabelecimento com influência dos fatores situacionais (OLIVER, 1993). No comentário N. 03, abaixo, a internauta tem suas expectativas voltadas para o ambiente físico nas dimensões arquitetônicas de atender ou não suas necessidades.

Pois me parece que fico muito restrita a ver sempre se a cadeira passa pelas portas se não vou passar apuros num banheiro sem barra, se vai ter como subir e descer, enfim valeu curto muito suas postagens (COMENTÁRIO N. 03).

A expectativa da pessoa que fez o comentário N. 03, acima, é guiada para atender às suas necessidades básicas na estrutura, que diversos hotéis não dispõem para receber um hóspede com deficiência. São condições mínimas que normas e leis determinam para que exista a acessibilidade. No próximo comentário N. 17, o leitor fala sobre a oferta de quartos adaptados para deficientes.

Aqui no RS temos um bom portal de pesquisa, o Hagah, onde pesquisei os hotéis e pousadas da região e entrei no site de cada um (uns 30!) questionando sobre a disponibilidade de quartos adaptados próximos àquela data. Por ser uma região eminentemente turística, fiquei surpreso com as respostas, pois apenas uns 5 me responderam possuir quartos adaptados (COMENTÁRIO N. 17).

O IBGE realizou uma pesquisa em 2013, em que, 1,3% da população tem algum tipo de deficiência física no qual 46% tem um grau intenso de deficiência dependendo cada vez mais de pessoas para realizar suas atividades ou requerem um ambiente físico com adaptações nas dimensões arquitetônicas. Em meio a tudo isso o comentário N. 17 relata que poucos são os hotéis que dispõem de quarto adaptados para deficientes e que muito possivelmente não tem essa preocupação, mesmo estando localizado em uma região turística. No comentário N. 40, o internauta fala sobre a dificuldade de achar um hotel com condições aceitáveis de acessibilidade.

To me organizando para passar as férias no final do ano no Rio de Janeiro ... mas, estar difícil a situação dos hotéis com uma boa acessibilidade (COMENTÁRIO N. 40).

A existência da concorrência entre os prestadores de serviços de hospedaria é fundamental para regular a oferta e a qualidade da acessibilidade no mercado. Quanto maior a quantidade de hospedagem com estruturas físicas para atender a deficientes maior será o nível de qualidade oferecidos. Os clientes desse ramo não estão propensos a aceitar níveis inferiores do esperado de um produto oferecido, visto que níveis básicos são essenciais para que haja a acessibilidade, autonomia e a segurança. No comentário N. 29, que se segue, o leitor traz uma posição de aprovação quanto as ideias e iniciativas adotadas pelo hotel.

Ótima ideia! Fico muito feliz com essas iniciativas. E, tendo um maior número de quartos, o projeto arquitetônico pode dar um show de criatividade, buscando alternativas que cheguem no mesmo objetivo: boa acessibilidade (COMENTÁRIO, N. 29).

Para arquitetos e urbanistas, a acessibilidade é um dos temas que está em constante aplicação em seus projetos, e visa adequar os espaços voltados para atender às pessoas com deficiência temporária e definitiva, com o foco na integridade física, socialização e proteção da saúde. Assim, ainda sobre o comentário N. 29, o leitor sugere que os projetos de adaptações consigam alcançar um número maior de quartos nos hotéis para aumentar a oferta e conseguir atender a demanda.

O próximo comentário N. 23, aborda a quantidade de quartos acessíveis que são disponibilizados. Não existe uma lei que determine quantos quarto adaptados um hotel deverá ter para atender aos deficientes. Em uma análise, no mínimo vinte e cinco por centos dos quartos deveriam ser adaptados e ofertados para receber hóspedes cadeirantes.

Da rede do Ibis só conheço esse do post e achei muito legal. Pena que o Hotel tenha mais de 300 quartos, mas apenas 2 são adaptados (COMENTÁRIO N. 23).

No Brasil, a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT com a NBR 9050 de 2015 normatiza sobre a acessibilidade e edificações, mobiliário, espaços e equipamentos, estabelece critérios e parâmetros técnicos estudados e testado em simulação da realidade juntamente com o uso de equipamentos que auxilie o deficiente. O comentário N. 35, delinea a satisfação do cliente quanto às adaptações encontradas no quarto, levanta uma observação quanto aos quartos adaptados serem em cima e não ter elevador para os cadeirantes poder acessá-los, uma falha no projeto de adaptação da pousada.

Ae tu me pegou...não lembro..acho que não tem rampa. Acho que é a única deficiência (isso sim) da pousada. E botar um elevador não sei aonde eles poderiam pôr. Mas o interessante, apesar de eu achar a pousada a melhor de gramado. Os apartamentos com as adaptações ficam no andar de cima, enquanto nos apartamentos do térreo acho que não têm.(já fiquei em um). O que deveria ser ao contrário. Vá saber (COMENTÁRIO N. 35).

Em relação aos quartos adaptados só existirem no andar superior, o hotel poderá adaptar as acomodações do térreo para não precisar dispor de um alto investimento para colocar um elevador. Isso a médio prazo, porque se a pousada aumentar o número de ocupação, irá demandar mais quartos adaptados e o elevador precisará ser adquirido, o que trará também um conforto aos hóspedes que não são cadeirantes. Alguns projetos são bem pensados e seguem à risca as normas e diretrizes que são propostas para aquele tipo de ambiente, como é o caso do próximo comentário N. 05, em que o internauta percebe que desde a largura das portas até o banheiro, as adaptações foram bem sucedidas, uma positividade para o hotel que consegue atender às expectativas do cliente. Uma ressalva quanto à particularidade do gosto de cada um, no qual a adaptação feita não consegue agradar a todos os clientes, portanto se aconselha a adotar mais de um tipo de instrumento ou dimensões arquitetônicas universais.

Em termos de acomodação o hotel fornecia quartos com adaptações necessárias, portas na largura exata e banheiro com bancos acoplados a parede. Eu particularmente como a Ana não gosto dessa adaptação, porém o fato de já não ter banheira e pensarem na adequação já me deixa bem feliz (COMENTARIO N. 05).

O desenho universal é um conceito usado nos projetos arquitetônicos, porém não é conhecido pelos que deveriam adaptar-se para atender aos consumidores cadeirantes. A fim de diminuir os erros, a NBR 9050 a cada ano vem atualizado as diretrizes e técnicas adotadas para trazer cada vez mais autonomia e segurança aos deficientes, principalmente os cadeirantes. O problema não está só em ter ambientes adaptados, mas que o mesmo esteja dentro do que é determinado, a exemplo do comentário N. 14, em que o leitor relata que as grosserias das medidas são de tamanha amplitude que interferem em se ter outras adaptações dentro do estabelecimento. A questão na verdade não é o espaço que falta e sim um projeto compacto dentro das normas e com um custo acessível aos estabelecimentos.

Canso de ouvir estabelecimentos usando a desculpa de que se precisa de muito espaço para adaptar, e por isso acabam não fazendo nada, pois não tem área suficiente. Pior do que isso, é bem comum encontrar banheiros com medidas exageradas e que poderiam ser bem menores sem atrapalhar em nada. A ignorância arquitetônica ainda é grande (COMENTÁRIO N. 14).

Duas preocupações são mantidas quando se vai projetar um ambiente para se tornar acessível aos deficientes cadeirantes: uma é cumprir a lei, outra é o designer adequado a fim de torná-lo agradável para o bem-estar dos consumidores. As expectativas com qualidade e satisfação do cliente estão vinculadas ao profissional, nesse caso o arquiteto, como também a disponibilização da verba necessária (CARVALHO; MOTTA, 2002). No comentário N. 24, uma arquiteta demonstra uma preocupação quanto ao atendimento das normas, no momento em que ela indaga sobre a medida da transferência da profundidade do banheiro na hora do banho.

Sou arquiteta e estou adorando os seus posts, são muito importante para quem projeta e constrói. Gostaria de saber se você verificou a profundidade do bando de transferência no box do banheiro. Você acha que tem uns 40cm? Pela foto parece ter menos, mas não dá para saber (COMENTÁRIO N. 24).

A estratégia de atender aos clientes em suas necessidades específicas é o diferencial para empresas que atuam no serviço de hotelaria. Um olhar individual para cada hóspede pode trazer riqueza de detalhes no intuito de construir um serviço personalizado e ampliado. Os empreendimentos que trabalham em sentido contrário do mercado, que padroniza os produtos e serviço e os oferece no mercado para que sejam consumidos, possivelmente aumentam a chance de alcançar a satisfação do cliente por atender os seus anseios de individualidades (CARVALHO; MOTTA, 2002).

Nos próximos comentários, N. 07.1 e 07.2, o leitor relata uma necessidade em ter mais uma cama no quarto para que a pessoa que o acompanha possa estar em sua companhia. O autor da postagem a respondeu falando que esse tipo de adequação não poderia ser executado, por não existir espaço suficiente para colocar mais uma cama. As necessidades dos clientes precisam ser identificadas e atendidas, mas antes analisar se realmente essa adaptação não vai atrapalhar a acessibilidade, a socialização do cadeirante com outras pessoas e pôr fim a estadia de outros hóspedes.

Vc sabe informar se existe possibilidade de o hotel disponibilizar uma cama extra para o acompanhante de um tetraplégico? (COMENTÁRIO N. 7.1).

Acredito que a suite ficaria bem apertada com essa cama extra, o que tiraria a acessibilidade (COMENTÁRIO N. 7.2).

As adaptações precisam atender as normas vigente para ser consideradas válidas, como mostra o comentário N. 16, em que o vaso sanitário foi elevado a uma altura que acabou dificultando o uso, e a falta de equipamento como a ducha que

facilita o banho para os deficientes não estava disponível, uma surpresa desagradável para o cadeirante que esperava o atendimento das suas necessidades básicas.

Eu também acho que todos os hotéis adaptados tinham que ter cadeiras de banho Ah e ninguém arisca ir ao Ibis Liberdade, minha reserva era nele mais chegando lá me deparei com o banheiro sem mangueirinha no chuveiro e o vaso eles levantarão tanto que nem entrar a cadeira de banho dá, resumindo pra mim não é adaptado (COMENTÁRIO N. 16).

A capacidade para acolher todo e qualquer ser humano independente das suas diferenças para Mendes e Paula (2008), está em pensar nas necessidades individuais de cada pessoa e como adaptar os ambientes e torná-los acolhedores, estimulando o desempenho de consumo e bem-estar. Um investimento bem realizado traz uma satisfação para o cliente quanto ao benefício que ele está proporcionando, principalmente quando a finalidade é trazer praticidade, como descreve o leitor abaixo no comentário N. 19, quando elogia o hotel por colocar uma porta de correr e facilitar o processo de abrir a porta, otimizando também o uso do espaço.

Eles colocaram uma porta de correr do quarto para o banheiro, o que acho ótimo. Além de poupar espaço poupa o saco que é abrir e fechar porta com a cadeira (puxa a porta, a cadeira vai pra trás, aí tenta pegar a maçaneta, a porta vai pra frente... aff, uó (COMENTÁRIO N. 19).

As adaptações que são definidas em leis e que em teoria deveriam existir nos estabelecimentos segundo Gil (2006), não só facilitam a estadia dos cadeirantes, mas são bem-vindas para as pessoas que não são portadoras de necessidades especiais, uma vez que elimina as barreiras físicas, aumenta o nível de praticidade na execução dos processos e traz mais segurança.

Desse modo, o próximo comentário N. 32, relata que muitos hotéis não são adaptados influenciando diretamente na segurança dos hóspedes, do cadeirante e de seu acompanhante, e por fim parabeniza o hotel que traz soluções para inclusão do cadeirante na piscina, aumentando dessa forma a possibilidade de lazer.

Devido a trabalhar com cinema, sempre estou em hotéis e a maioria não tem adaptações, a pior hora é a hora de tomar banho, pois num banheiro sem adaptações, a pessoa pode cair e as vezes podem cair duas pessoas, o portador de deficiência e quem o está ajudando. Esse hotel está de parabéns, pela foto do banheiro, vi que a acessibilidade ali é ótima, e aquela cadeira que ajuda a entrar na piscina, show de bola!! Tomara que outros hotéis se espelhem nesse!!!! (COMENTÁRIO N. 32).

No ambiente físico as adaptações realizadas na estrutura das edificações são garantir o direito de acesso dos cadeirantes ao estabelecimento, um direito garantido por lei. Contudo, a escolha de investir em projetos ampliados que vão além do que é

normatizado dependerá da escolha da pessoa que está gerindo o empreendimento. O comentário N. 33, refere-se a um resort que é semi-adaptado no qual falta uma recepção com a mobília adaptada para atender melhor os cadeirantes.

Fiquei no Serrano Resort q diria ser "semi-adaptado". O qto e banheiro eram considerados adaptados, mas tinham uns defeitos, eles não tiveram aquela sacada do balcão da recepção, por exemplo, mas o hotel Serrano tem mais acertos do q falhas qto a acessibilidade (COMENTÁRIO N. 33).

Os empreendimentos hoteleiros, em seus projetos de acessibilidade, são imprescindíveis que estejam fundamentados na preocupação de estrutura físicas desde a chegada ao prédio do cliente cadeirante, adaptações quanto ao mobiliário e estrutura física das áreas sociais, quartos e banheiros baseados na NBR 9050:2015. Como expressa abaixo no comentário N. 44, existe uma surpresa quanto a encontrar um lugar totalmente adaptado. Para o leitor, o hospital é o lugar que tem a maior disponibilidade de acessibilidade, e foi surpreendido por encontrar em um hotel o mesmo nível de acessibilidade.

A piscina e a sauna do hotel tem rampas e chuveiros aptos a receber portadores de qualquer necessidade especial, foi o único lugar sem ser o hospital Sarah de Brasília que vi tamanha disponibilidade ao portador de deficiência (COMENTÁRIO N. 44).

Hotel, hospedaria e pousada oferecem aos seus clientes, segundo Ávila e Júnior (2006) bens intangíveis que estão interligados diretamente com a fidelização do cliente. Para tal, é primordial o oferecimento de um grau elevado de qualidade dos seus serviços: com funcionários treinados, estrutura física adaptada e instrumentos que facilitem a sua estadia.

Com isso, o comentário N. 25, abaixo, traz o um relato de um internauta que na posição de cliente teve suas expectativas atendidas pelo hotel começando pelo atendimento que recebeu, e as adaptações presentes em todas as dependências. Em destaque um instrumento usado para trazer conforto ao cadeirante que vai usar a piscina do hotel. Os hotéis em sua maioria se preocupam com o quarto e o banheiro e esquecem as áreas sociais, importantes para a inclusão do cadeirante no convívio social.

Fomos super bem recebidos pelo funcionário Mauri, que nos mostrou as dependências do hotel. O local é totalmente adaptado para cadeirantes ou pessoas com outras deficiências motoras: restaurante, quartos, piscina, tudo acessível por rampas e elevadores que levam a todos os andares e te deixam praticamente à beira da piscina aquecida. Aliás, a piscina é um luxo: tem uma cadeirinha-elevador que te deixa dentro d'água! (COMENTÁRIO N. 25).

4.2 AMBIENTE SOCIAL

Por oferecer serviços intangíveis, os hotéis precisam se preocupar com o ambiente social, visto que esses também contêm barreiras que influenciam na acessibilidade e a satisfação dos clientes. Logo abaixo relatamos as dimensões atitudinais que envolvem o nível de educação de cada indivíduo, assim como os posicionamentos que funcionários e familiares tem diante de algumas situações; e a dimensão comunicacional em que o foco é o diálogo entre os prestadores de serviço e o consumidor deficiente.

4.2.1 Dimensão atitudinal

Segundo a Lei Brasileira de Inclusão de Pessoas com deficiência nº 13.146/15 (PLANALTO, 2015) em seu artigo 3º considera-se que as instalações e serviços de uso público ou privado coletivo devem ter estrutura para promover a acessibilidade de qualquer pessoa deficiente garantindo que qualquer outra pessoa poderá compartilhar dessas mesmas instalações ou produtos. A legislação vigente relata da acessibilidade e a obrigação de se ter um ambiente adaptado, contudo a mesma não estabelece um padrão que deve ser adotado por cada organização para implantação. Podemos perceber que no comentário N. 28, a consumidora fala sobre a importância de que haja um padrão nos parâmetros que devem ser adotados, torne-se lei, obrigando as empresas a se adequarem a eles.

Entretanto, não podemos esquecer que a norma técnica de acessibilidade é uma recomendação para atender à necessidade de 100% das pessoas com necessidades especiais (PNE). Como norma técnica é recomendação e não lei, cabe ao responsável pelo projeto a escolha pelas adequações que devem estar presentes (COMENTÁRIO N. 28).

Por outro lado, não são todas as pessoas que conseguem se adequar as mudanças que são recomendadas pelas normas técnicas no ambiente como também em determinado tipo de objeto usado para promover acessibilidade e a independência do cadeirante; há cadeirantes que preferem os banquinhos que são colocados em baixo do chuveiro e outros a cadeira de banho, cada um com seus motivos.

Em vista desta situação, as recomendações se tornando lei farão com que os hotéis e outros estabelecimentos sejam obrigados a se adequar ao tipo específico de

norma e, sendo somente a ser recomendações, os hotéis podem identificar oferecer ao seu cliente a adequação que atenda às suas necessidades e que propicie um conforto e segurança.

Contudo, deve ser levado em consideração no comentário N. 28, que a lei obrigue os estabelecimentos públicos e privados a oferecer um ambiente acessível baseado na ABNT/NBR ou outras normas, no qual atendam aos anseios dos seus consumidores, não somente adotando uma só norma técnica específica que não condiz com a realidade do cadeirante, deixando de lados outras que poderiam ser usadas.

O tratamento das pessoas deficientes, segundo Faria, Carvalho e Ferreira (2010) inicia-se com o emprego da terminologia correta. Muitos utilizam a expressão “pessoas portadora de deficiência”, entretanto, ser portador de deficiência aplica-se também ao estado temporário em que a pessoa se encontra. Já a terminologia Pessoas com Deficiências (PcDs) é considerada politicamente correta por se tratar do estado de o indivíduo vivenciar a deficiência e falta de respeito aos deficientes, em especial, aos cadeirantes, nos estabelecimentos de uso público ou privado, não só no tratamento das pessoas envolvidas no processo como também entre os próprios cadeirantes. Também é considerado desrespeito: a falta de estrutura que ofereça acessibilidade e autonomia, do mesmo modo são as atitudes em que empresários e funcionários tem com o seu hóspede. No comentário N. 12, é relatado a reclamação de um leitor do blog que possivelmente vivenciou ou presenciou algum momento em que algum cadeirante foi desrespeitado.

Viajo com a mamãe, que faz uso de cadeiras de rodas. Fico revoltada com a falta de respeito, para com os deficientes neste país. Abraços (COMENTÁRIO N. 12).

Essa falta de respeito possivelmente está ligada a diferenças sociais e culturais que pejorativamente cria mecanismos de exclusões das pessoas com deficiência. O trabalho para o respeito ao cadeirante segundo Mendes e Paula (2008), deve ser intensificado nas relações sociais, pois é através desta que conseguimos unir o homem e a sociedade em ambiente acessível, seguro, respeitador e produtivos, garantindo os direitos individuais e coletivos.

São encontrados alguns obstáculos para o cadeirante exercer o papel de consumidor onde segundo Silva (2014). Os empecilhos são identificados regulamente

nas atividades que os cadeirantes venham a fazer. É comum para as pessoas com deficiência diariamente enfrentar os obstáculos que os impedem de exercer suas atividades, principalmente a do consumidor.

Por haver tantas dificuldades os indivíduos naturalmente já se preparam para enfrentar a situação constrangedora que vão passar, porém não são em todas as circunstâncias que isso acontece como no comentário N. 42, abaixo, no qual a cadeirante ao chegar em um hotel ficou surpresa com o serviço oferecido, inicialmente por ter um funcionário treinado para recepcionar o hóspede realizando sua atividade de forma natural em que proporciona ao cliente cadeirante um conforto.

Para minha grata surpresa o manobrista já sabia como tirar do porta malas e montar a cadeira de rodas, ofereceu ajuda para sair do carro de uma forma tão natural que parecia que ele tinha algum familiar com problemas de locomoção (COMENTÁRIO N. 42).

Vale ressaltar a positividade desse comentário para o hotel que a cadeirante ficou hospedada, na construção de sua imagem mercadológica em que está preocupada em oferecer um serviço de qualidade de forma simples para atender à necessidade dos clientes e que se preocupe em surpreendê-los com um serviço ou produto ampliado. Para isso é importante entender os anseios e necessidades dos seus clientes, para atendê-los de forma satisfatória quando estiverem exercendo seu papel de consumidor e de cidadão.

Na inexistência de uma estrutura adequada para aos cadeirantes, os empreendimentos devem ter algo disponível para suprir a necessidade daquele instante, muitos adotam equipamentos, outros preferem ter funcionários que estejam prontos para ajudar os cadeirantes a executarem suas atividades. No comentário N. 60, o consumidor relata a dificuldade para acessar um ambiente para o qual precisa do auxílio de alguém para poder subir uma rampa que tem uma inclinação não favorável a cadeirantes.

Na entrada existe uma rampa em L que tem uma inclinação um pouco agressiva, mas sempre tem alguém do hotel para lhe ajudar, aliás palmas para o serviço do Arena que em todo tempo foi muito solícito prestando a ajuda no momento certo (COMENTÁRIO N. 06).

Nesse caso o hotel terá que tomar uma atitude quanto a essa barreira, quer seja com um funcionário para ajudar os hóspedes cadeirantes como também pessoas com dificuldades de locomoção ou projetar melhor uma estrutura da rampa ou um

elevador para facilitar o fluxo deste tipo de clientes. Ainda no comentário N. 06, o hotel recebe um elogio quanto a um serviço zeloso e sabendo os momentos exatos que o consumidor vai precisar de ajuda e assim o ser prestativo. Para isso é preciso que as empresas hoteleiras difundam em sua cultura organizacional atitudes que visem eliminar as barreiras que impedem a acessibilidade, e aliada aos atos estejam a visão de otimizar cada vez mais o espaço físico e comunicacional.

4.2.2 Dimensão Comunicacional

Ao projetar algumas viagens, é de costume pesquisarmos a melhor companhia aérea, o hotel, os lugares aonde vamos passear, tudo com um custo benefício atrativo tanto para viagens de negócios como também a lazer. O turista planeja dentro de suas preferências, no entanto não é em todos os momentos que se consegue com que tudo saia dentro dos seus planos, como é o exemplo do comentário N. 04, em que o cadeirante relata que em uma viagem internacional optou por ficar em hotel e o mesmo só disponibilizava uma banheira para o banho, algo não muito provável que fosse usado para tomar banho, já que esse hóspede não tem o equilíbrio suficiente para executar essa atividade.

E falando em acessibilidade, tenho que mencionar meu hotel. Meu plano era morar em casa de família, mas não encontrei uma acomodação para o meu perfil e tive que optar pelo o hotel. Quando cheguei ao quarto dei de cara com uma banheira, só pensei, agora fu... Entrei em contato com a recepcionista e com minha agencia no Brasil que em sequencia entrou em contato com a escola e tudo foi resolvido rapidamente. Tá certo que tive que tomar uma banhinho de gato por 2 dias, já que não consigo ter equilíbrio de tronco na adaptação que arrumaram para mim, todavia valeu a pena, tanto minha agência (CI - Central de Intercambio) como a escola correram atrás de tudo e até uma cadeira de banho o hotel comprou, portanto futuros cadeirantes já consegui uma cadeirinha de banho para vocês nesse hotel...hehehe (COMENTÁRIO, 04).

Quando toda e qualquer ação pensada e executada dentro de uma empresa está voltada para atender aos clientes, cresce o sentido de que eles são os verdadeiros patrões, ao ponto de avaliar os serviços, determinar onde a empresa precisa investir e outros aspectos que são verificados através da comunicação entre o cliente e a organização. Ainda no comentário N. 04, uma comunicação precisa e rápida foi essencial para solucionar o problema que surgiu quando o cadeirante tem limitações para usar a banheira no banho. O hotel, ao identificá-la, comprou o

equipamento que o hóspede necessitava e o disponibilizou, uma sensação de dever cumprido para o consumidor que não só conseguiu uma cadeira de banho, mas que outros cadeirantes irão poder usar do mesmo equipamento.

A boa comunicação entre clientes e hotéis é essencial para afirmar o compromisso em oferecer um serviço de qualidade. As expectativas iniciais dos hóspedes devem ser confirmadas através dos canais de comunicações ou com certificados que fundamente toda a propaganda. Como é relatado no comentário N. 41 em que existe uma dúvida do cadeirante em o hotel realmente ter instalações adaptadas e se vai conseguir atender às suas necessidades, para a qual ele solicita fotos das instalações, que também é informado que o hotel tem uma certificação da sua acessibilidade.

Após preparar a viagem por duas semanas, minha esposa encontrou um hotel com quarto adaptado para cadeira de rodas, porém, devido à minha desconfiança de que o quarto era realmente adaptado, solicitei as fotos do banheiro para ver se realmente a cadeira poderia entrar. Em resposta a minha solicitação, a atendente do hotel enviou uma mensagem dizendo que o hotel é o único da América Latina a possuir o certificado do Instituto Pestalozzi de acessibilidade total, fiquei surpreso e empolgado para ver o que de diferente o tal certificado oferecia (COMENTÁRIO N. 41).

Uma comunicação institucional que não esteja bem direcionada para o respeito aos cadeirantes como um consumidor, que necessita de tratamento da mesma forma que qualquer outra pessoa, ocasiona impedimentos sociais ao processo de consumo no qual são fatos geradores de problemas que poderão influenciar na formação e expressão de suas identidades.

Estudando o material coletado verifica-se que os cadeirantes simplesmente esperam ser tratados como um hóspede comum onde a praticidade esteja aliada à qualidade dos serviços para um bom descanso, com lazer e a inclusão social. No comentário N. 18, abaixo, o leitor fala de sua preocupação quanto ao que é oferecido pelo hotel.

Mas enfim, sempre que viajo vem aquela tensão de saber se o hotel é bem adaptado e tudo que está escrito no site realmente existe e funciona. (COMENTÁRIO N. 18).

As reclamações nos órgãos fiscalizadores quanto às propagandas enganosas são registradas em relevantes quantidades, o suficiente para saber que o consumidor não está satisfeito e sentindo-se lezado com o que é vendido de um produto ou serviço. Nas redes sociais o consumidor propaga sua revolta contra empresas que

ferem os seus direitos. O referido comentário relata a preocupação que antecede o consumo do serviço que o leitor irá adquirir, e cabe à empresa, nesse caso o hotel, a desenvolver ferramentas de comunicação que passe aos clientes uma segurança do que está oferecendo-se, como também o cumprimento de que os ambientes sejam adaptados, funcionários preparados, que os aparelhos, instrumentos e equipamentos estejam em bom estado para o uso.

Em uma comunicação, inclusive de divulgação do próprio estabelecimento, os hotéis e pousadas podem adotar ferramentas de certificações, atentando que estão dentro de normas e padrões de acessibilidade que diminuem as barreiras cotidianas de quem consome um serviço de hospedagem. Não é comum no Brasil encontrar hotéis com certificações que assegurem aos cadeirantes a certeza do que está sendo oferecido. Ao próximo comentário N. 31, segue a opinião de um leitor sobre a classificação de hotéis por seu nível de adaptações nos ambientes físicos e sociais.

... na minha opinião, hotéis, pousadas e restaurantes adaptados, deveriam receber uma estrela a mais e BEM GRANDE! SHOW DE BOLA!!!
(COMENTÁRIO N. 31).

Na América Latina existe o certificado do Instituto Pestalozzi de acessibilidade total para o qual são concedidos a hotéis que cumprem os requisitos para diminuir as barreiras arquitetônicas, adotar instrumentos que facilitem a estada dos hóspedes cadeirantes, treinamento do quadro de funcionários para desenvolverem uma comunicação simples e com atitudes que não diferenciem das outras pessoas evitando a exclusão dos mesmos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo geral, analisar como consumidores com deficiência motora (cadeirantes), interpretam o ambiente de serviços no setor hoteleiro, identificando também as suas opiniões quanto às condições oferecidas pelas empresas hoteleiras, por meio dos comentários nas postagens presente nos blogs. Mediante à pesquisa constata-se a falta de acessibilidade nos estabelecimentos, com barreiras físicas e sociais, que dificultam o processo de consumo dos serviços aos hóspedes cadeirantes. Contudo, encontram-se soluções para a maioria dos problemas identificados, a fim de viabilizar satisfatoriamente o atendimento da demanda dos cadeirantes.

A respeito do objetivo geral, entende-se como um ambiente de serviço favorável aquele que atende aos anseios de seus consumidores em diferentes níveis desde o pré-consumo até o consumo propriamente dito, avaliando as suas expectativas envolvidas nas duas fases, os cadeirantes demandam por locais acessíveis, por sua dificuldade de locomoção, ao qual foi possível perceber através da pesquisa, a preocupação desde a fase do pré-consumo em saber se o hotel realmente vai oferecer um ambiente acessível, social, seguro e com independência, como também com a capacidade de solucionar algum imprevisto devido às particularidades de cada hóspede cadeirante. Por meio das análises dos comentários verifica-se que existe pelo menos uma preocupação mínima dos hotéis com a acessibilidade, mesmo não conseguindo atender às especificações como um todo.

O primeiro objetivo específico propôs analisar o serviço hoteleiro e a sua preocupação em atendimento às necessidades dos consumidores cadeirantes, tendo como base a comunicação gerada em blogs. Partindo do pressuposto que a concorrência faz com que as empresas necessitem de um olhar específico ao atendimento do que o mercado demanda atualmente e de suas tendências. Foi possível perceber que empreendimentos hoteleiros necessitam inicialmente atender às leis e normas vigentes que determinam como a acessibilidade deve ser implantada e gerida para garantia dos direitos dos cadeirantes. Após alcançar este nível básico, é preciso oferecer produtos ampliados que surpreendam o consumidor, o que já está sendo praticado pelo mercado, contudo por um número muito pequenos de hotéis.

Quanto ao segundo objetivo específico que tem o propósito de analisar os blogs de consumidores cadeirantes do serviço hoteleiro e compreender os efeitos da comunicação gerada quanto à imagem do serviço oferecido, em que está atrelada ao atendimento das expectativas dos consumidores, foi identificado uma maior parte de comentários positivos de consumidores que elogiaram as iniciativas, mesmo contendo falhas em outras, esse acontecimento pode-se dar pela dificuldade de encontrar um hotel que esteja com um nível de estruturas e serviços esperado de acessibilidade para atender aos cadeirantes, desmistificando a ideia de que consumidor só reclama e de que não sabe reconhecer os mínimos esforços que as empresas realizam para os satisfazerem.

A internet por ser um espaço livre de expressão e interação entre os indivíduos da sociedade moderna tornou-se um mural de comunicação digital aberto a todos que ali estão, com a pesquisa identificou que os consumidores o usam para expressar sua satisfação/insatisfação com algum produto ou serviço que ele o consumiu. Nesse âmbito os hotéis precisam estar atentos ao que é vinculado nos sites e redes sociais para detectar sugestões de melhorias e alguns problemas expostos pelos hóspedes cadeirantes nas dimensões arquitetônicas, instrumental, atitudinal e comunicacional, a fim de proporcionar um nível maior de qualidade nos serviços prestados, resultando na preservação da sua imagem no mercado e até agregar valor à mesma.

5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A principal limitação da pesquisa está na quantidade de blogs pesquisados. Foram analisados todos os pôsteres dos blogs para selecionar os que relatam experiências de cadeirantes quanto ao serviço de empreendimentos hoteleiros. Com um maior tempo a pesquisa poderia ser mais rica de detalhes se fossem analisados outros blogs internacionais e comparar a visão do consumidor cadeirante de hotéis nacionais e internacionais.

5.2 SUGESTÃO DE PESQUISAS FUTURAS

É recomendável repetir essa pesquisa utilizando outros tipos de redes sociais que estão em maior uso como o facebook, twitter, em perfis ou páginas criadas para que os consumidores cadeirantes usem para expressar as experiências tidas em hotéis.

Em outro estudo poderá realizar uma pesquisa com um grupo específico de cadeirantes que trabalham viajando e usam diferentes tipos de hotéis, transportes e restaurantes para identificar se as normas e leis vigentes para acessibilidade realmente estão sendo aplicadas ou só estão no papel.

Outra sugestão seria o estudo de comentários em sites de reclamações usados por consumidores. Identificar aqueles que são realizados por cadeirantes que são impedidos de realizar o processo de consumo e os entrevistá-los para aferir os reais danos de um serviço ou produtos que não esteja inicialmente dentro das normas determinadas por lei ou por especificações que não o satisfazem.

REFERÊNCIAS

AGUIRRE, Rafael Sanjuanbenito, et al. **Recreação e Turismo para todos**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR 9050:2004**: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. 2004. Disponível em: <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefielddescription%5D_24.pdf>. Acesso em: 16 de nov. 2015.

ÁVILA, Luciana Rezende; JÚNIOR, Valdir Machado Valadão. **Estratégias de marketing nos meios de hospedagem: um estudo de multicasos no setor hoteleiro de Uberlândia – MG**. Turismo - Visão e Ação, v. 8, n. 3, 2006, p. 379-396.

BAKER, Stacey Menzel; HOLLAND, Jonna.; KAUFMAN-SCARBOROUGH, Carol. **How consumers with disabilities perceive “welcome” in retail services capes: a critical incident study**. Journal of Service Marketing, v. 21, n. 3, 2007, p.160-173.

BARBOSA, Ohana Trajano. **Estímulos táteis no ambiente de varejo: investigando a experiência de consumo de indivíduos com deficiência visual na perspectiva transformativa do consumidor**. 2014. 151 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Programa de Pós-graduação em Administração – Propad, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

BATISTA, Cristina Abranches Mota. **A inclusão da pessoa portadora de deficiência no mercado formal de trabalho**. 2004, 234f. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e acessibilidade**: manual de orientações. Brasília, 2006. Disponível em: < http://www.acessibilidade.org.br/manual_acessibilidade.pdf>. Acesso em: 28 de set. 2015.

CAMARGO, Tom. “Blogosfera” e as novas tecnologias. **Rev Negócios da Comunicação**. v.15, n.82, 2005.

CARVALHO, José Luis F. dos Santos; MOTTA, Paulo Cesar. Experiências em cenários temáticos de serviços. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 42, n. 2, 2002, p.54-65.

COELHO, Cláudia Duarte dos Anjos. **Avaliação da qualidade percebida em serviços**: aplicação em um colégio privado de ensino fundamental e médio. 2004. 179 Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

DAMASCENA, Elielson Oliveira; MELO, Francisco Vicente Sales; BATISTA, Marcela de Moraes. A deficiência está no ambiente de serviços ou no consumidor? Discutindo qualidade na perspectiva de consumidores com deficiência. **Encontro de Marketing da ANPAD**, 5, 2012, Curitiba.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. **Estudo do setor hoteleiro**. São Paulo: Confederação Nacional dos Trabalhadores no comércio e serviços da CUT – CONTRACS, 2013, 30 p.

FARIA, Marina Dias; SILVA, Jorge Ferreira da. Composta para restaurantes: atendendo consumidores com deficiência visual. **R. Adm. FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, 2011, p. 11-32.

FARIA, Marina Dias; CARVALHO, José Luis; FERREIRA, Daniela Abrantes. Estratégias de Marketing e Consumidores com Deficiências: diretrizes para empresas de serviços de lazer extra-doméstico. **Revista INGEPRO**, v. 02, n. 12, 2010.

FREITAS, Maria Nivalda de Carvalho; IGLESIAS, Vitor Dinalli Ornellas; SUZANO, Janayna de Cássia Coelho. **Estereótipos e Preconceito em Relação às Pessoas com Deficiência: a perspectiva dos gestores**. Rio de Janeiro: ENAMPAD, 2013.

FITZSIMMONS; James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação**. Porto Alegre: AMGH Editora LTDA. 7ªed. 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=XCi9AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=classifica%C3%A7%C3%A3o+de+ambiente+do+servi%C3%A7o&ots=eM7DMtVA9W&sig=UoL2ZsG58mhnkt9QbtyxV_H07KI#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 29 de set. 2015.

GIL, Marta. **Acessibilidade, Inclusão Social e Desenho Universal**: Tudo a Ver. 2006. Disponível em: <<http://www.bengalalegal.com/martagil>> Acesso em: 28 de set. 2015.

GRONROOS, Christian. **Service Management: A Management Focus for Service Competition**", *International Journal of Service Industry Management*. 1990. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09564239010139125>> Acesso em: 28 de set. 2015.

IBGE, **Dia Internacional das Pessoas com Deficiência**, 2015. Disponível em: <<http://7a12.ibge.gov.br/voce-sabia/calendario-7a12/event/57-dia-internacional-das-pessoas-com-deficiencia>>. Acesso em: 31 de ago. 2015.

LOCKWOOD, Andrew; MEDLIK, S., **Turismo e Hospitalidade no Século XXI**. São Paulo, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=JxWoA55nOyoC&oi=fnd&pg=PA123&dq=MULLER,+HANSRUEDI,+Turismo+e+Hospitalidade+no+S%C3%A9culo+XXI.&ots=4YBaqJmlis&sig=ABpuN3xnHg_mjL9zNMyMNTgTS05k#v=onepage&q=MULLER%2C%20HANSRUEDI%2C%20Turismo%20e%20Hospitalidade%20no%20S%C3%A9culo%20XXI.&f=false>. Acesso em: 31 de ago. 2015.

LATTARI, Aline Barcellos. **Acessibilidade em hotéis à visão dos cadeirantes e da hotelaria da zona sul carioca**. 2009. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

LOVELOCK, C., & WRIGHT, L. **Serviços, marketing e gestão**. São Paulo, Saraiva. (2007).

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

MELLO, Gustavo; GOLDENSTEIN, Marcelo. **Perspectivas da hotelaria no Brasil**. 2011. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf>. Acesso em: 03 de out. 2015.

MENDES, Bruna C.; PAULA, Nilma Morcerf de. A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes. **Turismo em Análise**, v.19, n.2, 2008, p. 329-343.

MINISTERIO DO TURISMO. **Turismo: 10 Anos de Avanços**. 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/4561-turismo--10-anos-de-avancos.html>>. Acesso em: 31 de ago. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Economia do turismo cresce no Brasil**, 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html>. Acesso em: 31 de ago. de 2015.

MONTARDO, Sandra Portella. Conteúdo gerado pelo consumidor: reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.33, n.2, 2010, p. 161-180.

MOURA, Danielle Peres Gonzaga. **Políticas públicas de turismo voltadas para a inclusão social de pessoas com deficiência**. 2013. 79 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Administração, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. **Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios**. *RAC*, v. 15, n. 4, p. 731-747, jul./ago. 2011.

OLIVEIRA, Celso Ramos; BUTUHY, Júlio César; GONÇALVES, Thiago. **Hospitalidade e acessibilidade dos portadores de necessidades especiais (pne) nos hotéis de luxo em São Paulo**. 2007. Disponível em: <<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/nEspecial/art04.pdf>>. Acesso em: 03 de out. 2015.

OLIVER, Richard L. Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, v. 20, 1993, p. 418-430.

PAULA, Nilma Morcerf de. **Planejamento e Gestão da Hospitalidade em Restaurantes**. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://tede.anhemi.br/tesesimplificado/handle/TEDE/1521>>. Acesso em: 31 de ago. 2015.

PIMENTA, Ângela. **Faça do blog um aliado**. 2005 Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/847/noticias/faca-do-blog-um-aliado-m0079962>>. Acesso em: 04 de out. 2015.

PLANALTO a. **Decreto-lei 5.296** de 2 de dezembro de 2004. Brasília, 2015 Disponível em: <[http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2004/decreto-5296-2-dezembro-2004-534980-norma-atualizada-pe.html](http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2004/decreto-5296-2-dezembro-2004-534980-norma-5296-2-dezembro-2004-534980-norma-atualizada-pe.html)>. Acesso em: 16 de nov. 2015.

PLANALTO b. **Portal da Legislação – Governo Federal**. Brasília, 2015 Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/leis-ordinarias>>. Acesso em: 13 de set. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS. **Cartilha Santos para todos: guia prático para eliminação e transposição de barreiras arquitetônicas**. Santos, 2006. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/17100899/Normas-de-Acessibilidade-Para-Deficientes-Fisicos-NBR-9050#scribd>>. Acesso em: 16 de nov. 2015

REJOWSKI, Miriam; SOLHA, Karina Toledo. **Evolução do Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2002.

ROSENFELD, E. Gem, **Um jeito novo de viver. Mito ou realidade?** Conferência Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (CONADE), 1, 2006, Brasília, Subsídios para o conferencista. 358 p.

SAKAZAR, Viviane Santos; FARIAS, Salomão Alencar de; LUCIAN, Rafael. O papel das pessoas nos ambientes de restaurantes gastronômicos e a satisfação do cliente. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 11, n. 3, 2009, p. 325–340.

SANCHEZ, Victor Hugo; ROSA, Caroline P. P. Bono. Redes Sociais: espaço de relacionamento e existência no ciberespaço. **Revista de letras e linguagens midiáticas**, v.7, 2014. Disponível em: <http://www.baraodemaua.br/comunicacao/publicacoes/vocabulo/pdf/redes_sociais_victor_volumeVII.pdf>. Acesso em: 03 de out. 2015.

SASSAKI, Romeu Kazumi. Inclusão no lazer e no turismo: em busca da qualidade de vida. **Revista Nacional de Reabilitação**, São Paulo, ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

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.

SILVA, Jefferson Oliveira da. **Quando um degrau faz a diferença**: um estudo sobre a acessibilidade em meios hoteleiros à luz do marketing social. 2014. 111 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

SILVA, Yolanda Flores; BOIA, Yolanda Irene Keller. **Turismo e Responsabilidade Social**: Uma reflexão sobre os Direitos das Pessoas com Necessidades Especiais. Barueri: Manole, 2006.

SILVESTRO, R. Positioning services along the volume-variety diagonal: the contingencies of service design, control and improvement. **International Journal of Operations and Productions Management**. v. 19, n. 4, 1999, p. 399-421.

TERRA, Carolina Frazon. A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos organizacionais com seus públicos. **Revista PRODAM Tecnologia**, v. 2, n. 2, 2009.

_____. Pessoas com deficiência e o desafio da inclusão. **Revista Nacional de Reabilitação**, São Paulo, ano VII, jul./ago. 2004, 1-10.