UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

GRADUAÇÃO EM TURISMO

JULIANE MOREIRA ALVES

HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

A oferta de serviços de hospedagem

na percepção de turistas surdos

BRASÍLIA – DF

2017

JULIANE MOREIRA ALVES

HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

A oferta de serviços de hospedagem

na percepção de turistas surdos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena

BRASÍLIA, JULHO DE 2017

ALVES, JULIANE MOREIRA

Hospitalidade nos meios de hospedagem
A oferta de serviços de hospedagem na percepção de turistas surdos/ Alves, Juliane Moreira – Brasília, 2017.
40 f.

Monografia (graduação) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2017
Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena

1.Hospitalidade 2.Turista surdo 3.Serviços de hospedagem 4.LIBRAS 5. Turismo

JULIANE MOREIRA ALVES

HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

A oferta de serviços de hospedagem na percepção de turistas surdos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Aprovado em:

Banca Examinadora:

_____

Orientador
Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena

_____

Examinadora da banca
Prof. Dra. Iara Lucia Gomes Brasileiro

_____

Examinadora da banca
Prof. Mestra Mara Flora Lottici Krahl

BRASÍLIA – DF

2017

AGRADECIMENTOS

À minha família, pela confiança e incentivo desde o início dos meus estudos, por comemorarem as minhas vitórias e por me dar todo apoio nas decepções. Aqui, agradeço especialmente à minha mãe, que nunca mediu esforços para me ajudar nos momentos de desespero e por sempre me fazer acreditar que tudo daria certo.

Ao meu amor, Pedro Paulo, por todo apoio, amor e paciência nos muitos momentos em que eu precisei que alguém me acalmasse e por todo entusiasmo compartilhado em tudo que eu decidi fazer ao longo desses anos.

Ao meu orientador Luiz Spiller, por toda dedicação, esforço, carinho e paciência durante a elaboração deste trabalho e nos muitos obstáculos do caminho. Foi realmente engrandecedor aprender com você desde o meu primeiro semestre de faculdade. Obrigada!

Ao corpo de professores do Centro de Excelência em Turismo, por serem os responsáveis pelo amor que eu tenho pelo curso de Turismo e por todo conhecimento partilhado. Agradeço também e, especialmente, ao Luiz Lucena, por todo apoio e carinho.

Às minhas amigas, Jéssica, Kênya, Paula e Amanda, que tão carinhosamente partilharam comigo os melhores momentos da graduação, pela amizade que construímos e por termos crescido tanto juntas.

Por fim, agradeço a Deus por me abençoar permitindo que eu alcance todos os meus objetivos, por colocar pessoas incríveis no meu caminho e por me manter firme diante de situações tortuosas.

RESUMO

A hospitalidade, em suas muitas particularidades, aqui é vista a partir da valorização do turista surdo e de sua singularidade, visando o bem-receber e a estratégia mercadológica para gestão do receptivo turístico. O presente trabalho traz como objetivo geral identificar a perspectiva da oferta de serviços turísticos de hospedagem na percepção da demanda de turistas surdos e correlacioná-la à hospitalidade dentro do turismo. São apresentados como objetivos específicos refletir acerca da relação entre turismo, hospitalidade e gestão da qualidade na prestação de serviços em meios de hospedagem; identificar a percepção do turista surdo em relação à hospitalidade praticada em meios de hospedagem; e analisar as deficiências e diferenciais em relação à hospitalidade para turistas surdos nos meios de hospedagem. A pesquisa qualitativa deu-se a partir de um questionário *online*, a fim de traçar essas deficiências e diferenciais do ponto de vista do turista surdo. Os resultados foram obtidos através da análise das respostas concomitantemente com o referencial teórico.

Palavras-chave: Hospitalidade, Turista surdo, Serviços de hospedagem, LIBRAS, Turismo.

ABSTRACT

Hospitality, considering its peculiarities, in this work is seen through the appreciation of deaf tourists and their singularity, aiming how to properly attend to their needs, regarding receptive tourism market strategy. The general objective of this present work is to identify offer and demand of accommodation services considering deaf tourists as costumers and how it is related to the tourism concept of hospitality. Reflecting on tourism, hospitality, quality management of accommodation services, deaf tourists' opinion towards hospitality in the referred market and the analysis of their disabilities are specific objectives of this work. Qualitative research was carried out through online survey in order to acknowledge deaf tourists' special needs, taking into consideration their own point of view. The results were obtained through concomitant answer analysis and theoretical framework.

Keywords: Hospitality, deaf tourist, accommodation services, Brazilian Sign Language, LIBRAS, Tourism.

LISTA DE SIGLAS

ONU – Organização das Nações Unidas

OMT – Organização Mundial do Turismo

ISSO - *International Organization for Standardization*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MTur – Ministério do Turismo

LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais

LGP – Língua Gestual Portuguesa

LAS – Língua Angolana de Sinais

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 7
1.1 Problematização 8
2. OBJETIVOS 9
3. TURISTA SURDO 10
3.1 O uso da LIBRAS para o acolhimento do turista surdo 13
4. HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM 16
4.1 Serviços em meios de hospedagem 20
4.2 Hotelaria no Brasil 21
5. GESTÃO DA QUALIDADE 23
6. METODOLOGIA 26
7. RESULTADOS E ANÁLISES 29
CONSIDERAÇÕES FINAIS 34
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA 35
APÊNDICE 38

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho trata a hospitalidade no turismo a partir da percepção do turista surdo. Aqui, ela é tratada a partir da valorização desse turista e de sua singularidade.

De modo a proporcionar uma maior familiaridade com o assunto, a pesquisa explicita a relação entre a hospitalidade no turismo, o turista surdo e o uso da Língua Brasileira de Sinais para o seu acolhimento, e a gestão de qualidade visando estratégias mercadológicas para o receptivo turístico.

O aporte teórico considera tanto as referências investigadas quanto estatísticas oficiais e políticas públicas. A opção por analisar a percepção do consumidor deu-se a partir de investigação preliminar onde foi possível perceber que as referências, de modo geral, abordam somente a leitura da oferta.

Argumenta-se também como justificativa desse trabalho que a Assembleia Geral das Nações Unidas declarou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento. A ONU convidou a Organização Mundial do Turismo - OMT para facilitar a organização e implementação desse Ano Internacional.

A OMT, com parceiros públicos e privados, instituições financeiras internacionais e regionais e outros atores, dão ênfase aos objetivos 8, 12 e 14 das 17 Metas de Desenvolvimento Sustentável, visto que essas têm o turismo como destaque.

O Objetivo 12, em especial, coloca que práticas sustentáveis podem desempenhar um papel significativo na aceleração da mudança global para a sustentabilidade e o Item 8 da Agenda Provisória destaca maneiras de se envolver na implementação do Ano Internacional do Turismo Sustentável. Nesse, explicita-se que a academia pode contribuir com pesquisas para o avanço do conhecimento sobre o valor do turismo sustentável para o desenvolvimento.

Nesse sentido caberia questionar se do ponto de vista do consumo sustentável do Turismo uma melhor preparação para receber turistas surdos contribuiria para a mudança no sentido da sustentabilidade.

A seção seguinte traz os objetivos geral e específicos deste trabalho. Em seguida explora-se a teoria utilizada para fundamentá-lo e produzi-lo, sendo dividida em hospitalidade e bem receber, turistas surdos e atendimento especializado, e gestão da qualidade. Posteriormente tem-se a metodologia utilizada para coleta de dados que foram analisados, seguido pela análise de resultados e pelas considerações finais que encerram o trabalho.

1.1 Problematização

A justificativa apresentada acima instigou a acadêmica a responder à seguinte indagação: Na percepção do usuário surdo os meios de hospedagem estão preparados para receber esse turista?

2. OBJETIVOS

Tendo como foco a importância dada à hospitalidade para o turista surdo nos meios de hospedagem, o presente trabalho tem como objetivo identificar a percepção do turista surdo em relação à oferta dos serviços de hospedagem.

Como objetivos específicos:

1) Refletir acerca da relação entre turismo, hospitalidade e gestão da qualidade na prestação de serviços em meios de hospedagem para o turista surdo
2) Identificar as deficiências e diferenciais em relação à oferta dos serviços de hospedagem para turistas surdos
3) Relacionar essas deficiências e diferenciais com a hospitalidade para turistas surdos nos meios de hospedagem.

3. TURISTA SURDO

No Brasil, a histórias dos surdos pode ser contada a partir da perspectiva da educação. Rocha (2008) aponta detalhes da história do Instituto Nacional de Educação dos Surdos (INES), que recebia alunos surdos de inúmeros estados brasileiros e funcionada em regime de internato. Fundado em 1857, por ordem do Imperador D. Pedro II, teve suas primeiras aulas ministradas pelo professor francês E. Huet, que lecionava a Língua de Sinais Francesa (LSF).

A mistura dessa língua com gestos e sinais informalmente usados pelos alunos constituiu, ao longo dos anos, a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) que, atualmente, é reconhecida como segunda língua oficial brasileira e é utilizada como meio de comunicação por surdos do país.

Ainda de acordo com Rocha (2008), atualmente centro de referência no que diz respeito a educação para surdos, o INES é um ícone para a comunidade surda, já que tem significativa representatividade em sua história.

Segundo o Decreto 5.296, de 2 de dezembro de 2004, deficiente auditivo é aquele que tem “perda bilateral, parcial ou total, de quarenta e um decibéis (dB) ou mais, aferida por audiograma nas frequências de 500HZ, 1.000HZ, 2.000Hz e 3.000Hz” (art. 70). Já a pessoa surda é definida como aquela que:

> Por ter perda auditiva, compreende e interage com o mundo por meio de experiências visuais, manifestando sua cultura principalmente pelo uso da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (BRASIL, 2004. Art. 70)

Para a legislação, a deficiência auditiva é definida a partir da perda auditiva e a surdez é associada ao uso de uma língua visual, a Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS.

O termo “surdo-mudo”, comumente usado na sociedade é apontado por Lages e Martins (2006) como inadequado, visto que a mudez é uma deficiência totalmente desagregada à surdez.

Andrade e Alves (2011) apontam que, geralmente, o surdo possui um perfil aventureiro e curioso em relação a outras culturas e lugares, dando extrema importância a obtenção e conhecimento e que, apesar disso, ainda existe

significativa carência no que diz respeito ao atendimento de qualidade para o turista surdo.

Sassaki (2002, apud LAGES e MARTINS, 2006) explicita que a surdez, por não ser facilmente perceptível se comparada às demais deficiências, não desperta na sociedade a devida atenção, levando o surdo, muitas vezes, a situações que o marginaliza, o fazendo sentir-se incapaz diante da sociedade. Desse ponto de vista, o turismo deveria ser produzido sem discriminação de acessos de qualquer natureza, inclusive ofertando maior preparação dos profissionais de turismo para que a inclusão aconteça de forma eficaz.

Lavalle (2003 apud KUSHANO e ALMEIDA, 2008) aponta que, até a década de 1980, de acordo com a legislação brasileira, a pessoa com deficiência deveria adaptar-se ao meio onde vivia, e não o contrário. Atualmente, a política do Brasil tem como objetivo a integração, que envolve a inclusão em todas as suas vertentes; socioeconômicas, políticas e culturais.

A partir dessa nova visão da legislação brasileira, entende-se que há necessidade de preparo dos serviços turísticos de hospedagem para que os turistas com deficiência, em especial a auditiva, tratada neste trabalho, possam desfrutar do mesmo atendimento, acolhimento e receptividade que os demais turistas.

Em termos oficiais, as pesquisas produzidas caracterizam desde o perfil da deficiência até os quantitativos de cidadãos com necessidades especiais.

Segundo dados do Censo de 2010 divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), considerando a população residente no país, um total de 23,9% possuíam ao menos uma dentre as seguintes deficiências identificadas: visual, auditiva, motora e mental ou intelectual. No quadro abaixo, são apresentadas as porcentagens de cada deficiência:

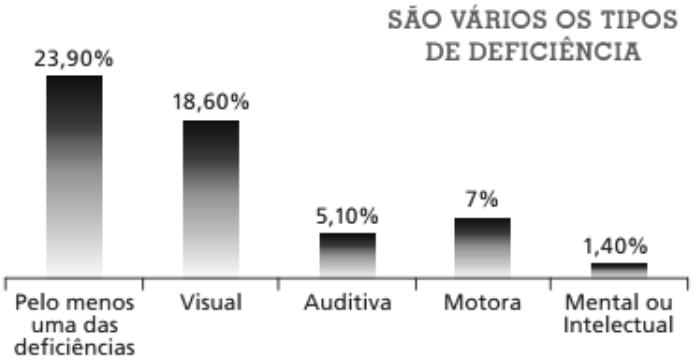

GRÁFICO 1 – PERCENTUAL DAS DIFERENTES DEFICIÊNCIAS INVESTIGADAS NO CENSO DE 2010
FONTE: IBGE (2012)

A Cartilha Censo 2010 traz ainda um indicador que afere a inserção de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, chamado de taxa de atividade. Os resultados desse indicador medem o percentual de pessoas economicamente ativas na população de 10 anos ou mais de idade.

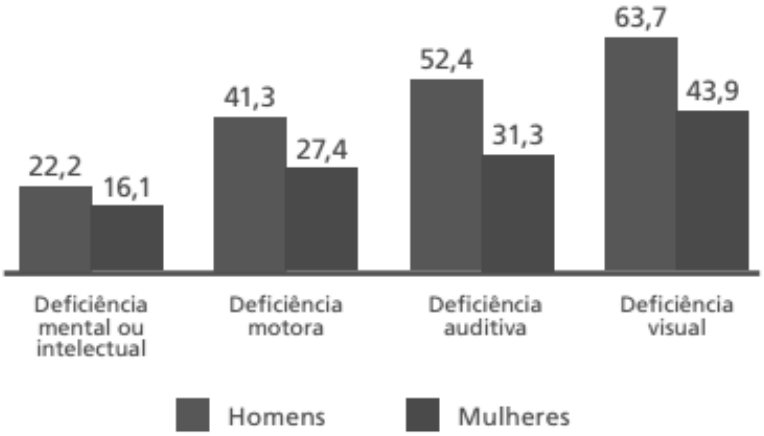

GRÁFICO 2 – TAXA DE ATIVIDADE DA POPULAÇÃO DE 10 ANOS OU MAIS DE IDADE COM PELO MENOS UMA DAS DEFICIÊNCIAS, POR SEXO E TIPO DE DEFICIÊNCIA (%)
FONTE: IBGE (2012)

Os dados do Censo de 2010 mostram em números exatos que o Brasil tem 45.606.048 pessoas com algum tipo de deficiência, representando 23,9% da população total. Dentro disso, 5,10% são representados por deficientes auditivos, totalizando aproximadamente 2.325.909 pessoas surdas no país.

Considerando o número supracitado e tendo a informação de que um número maior que a metade de homens e pouco mais que 30% de mulheres com deficiência auditiva são economicamente ativos, entende-se que essas pessoas formam um considerável grupo de turistas potenciais[1].

No ano de 2013, o Ministério do Turismo (MTur) desenvolveu o Estudo do perfil de turistas – Pessoas com deficiência, que teve como metodologia entrevistas com dois grupos de pessoas com deficiência: turistas reais[2] e turistas potenciais, residentes nas cidades de Belo Horizonte, São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e

[1] Turistas potenciais: cidadãos que não viajaram, mas pretendem viajar para algum destino turístico brasileiro nos próximos 12 meses.
[2] Turistas reais: cidadãos que viajaram para algum destino turístico nos últimos 12 meses.

Curitiba. Os resultados apontaram que os pesquisados mostram-se bastante ativos e estão envolvidos com uma série de ocupações, dentre elas viajarem, além de se interessarem por esportes, eventos promovidos pelas entidades que os representam e atividades culturais como ir ao teatro.

Ainda nesse documento tem-se que “viajar e ter pleno acesso a atividades turísticas, serviços e instalações é um direito consagrado no artigo 9º e no artigo 30 da Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, aprovada pelo Brasil em equivalência de emenda constitucional.”

O MTur defende também que, para as empresas do setor turístico, fazer com que os serviços e instalações turísticas sejam mais acessíveis às pessoas com deficiência é uma ótima oportunidade de captar um número maior de usuários e consumidores.

O surdo se comunica através do uso da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) e seu uso está presente em instituições de ensino superior (como faculdades ou cursos de Turismo), tendo como finalidade formar profissionais capacitados, fazendo dessas pessoas uma forte ferramenta para que a possibilidade de inclusão do surdo na atividade turística seja real.

Isto posto, entende-se que tanto nas estatísticas oficiais quanto nas políticas públicas de turismo é explicitada a importância de que o setor produtivo turístico utilize estratégias que maximizem a possibilidade de se obter um ambiente acessível e hospitaleiro para o turista surdo. GIANOTTO et al. (2016) colocam que essas estratégias, além de atenderem as necessidades de comunicação do turista surdo, deveriam fomentar os segmentos das localidades a se adaptarem para recebê-los, contribuindo assim para uma hospitalidade, por que não, associada a um aumento na receita local.

Para o receptivo turístico a comunicação é essencial, assim o uso de LIBRAS para o acolhimento do turista surdo é fundamental.

3.1 O uso da LIBRAS para o acolhimento do turista surdo

A Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) foi oficializada pela Lei 10.436, em vigor desde abril de 2002, e hoje representa a segunda língua oficial do Brasil, sendo primeira língua dos cidadãos brasileiros com deficiência auditiva.

Entre as leis estaduais tem-se a Lei nº 1.693 de 12 de Setembro de 1996 que reconhece a língua gestual como meio de comunicação objetiva de uso corrente, e

dá outras providências. A Lei dispõe sobre a obrigatoriedade do Estado do Mato Grosso do Sul de treinar pessoal de quadro de servidores, diretamente ou por convênios, tendo como finalidade dispor, nas repartições públicas voltadas para o atendimento externo, de profissionais capacitados para compreender a comunidade surda.

A língua de sinais, bem como a língua falada, não é universal. Cada país possui um tipo de expressão ou linguagem; em Portugal tem-se a Língua Gestual Portuguesa (LGP), na Angola, a Língua Angolana de Sinais (LAS) e no Brasil, a LIBRAS, que, tendo igual importância aos demais idiomas, deve ser respeitada.

A inclusão da pessoa com deficiência auditiva no turismo ainda não se mostra como plena, pois existe significativa carência no que se refere à qualidade do atendimento para o turista surdo no Brasil.

A ausência de profissionais capacitados para o uso da LIBRAS acarreta em prejuízo tanto para o turista, que não se sente necessariamente acolhido por não poder se comunicar na sua primeira língua, quanto para o empreendimento turístico, que acaba minimizando o desejo de retorno do visitante à localidade.

Desse modo, cabe destacar que a oferta de serviços turísticos que contenham profissionais aptos a receber o turista surdo traz benefícios não somente para essa demanda, mas para a atividade turística e, consequentemente, para a população da localidade, que conta com o fomento da economia que o turismo traz.

Segundo Lages e Martins (2006), no meio turístico um mesmo produto é ofertado por diferentes empreendimentos, sendo diferenciado pelo profissional que o oferta, uma vez que em muitos casos onde a prestação de serviços em turismo é realizada sem qualidade, questiona-se a falta de profissionais qualificados.

Entende-se, portanto, que sendo a prestação de serviço um diferencial, é fundamental que os recursos humanos estejam preparados para atender quaisquer necessidades do público atendido, sejam essas relacionadas ou não à comunicação.

Dados anteriormente citados mostram que existe potencial demanda de turistas surdos e, seguindo exemplos de destinos que trabalharam no desenvolvimento de um turismo acessível, pode-se dizer que a atividade turística

teria muito a ganhar se voltasse seu olhar para o público de deficientes auditivos e se preparasse para recebê-los.

A barreira entre o surdo e a atividade turística é, basicamente, a capacitação do *trade,* com cursos de LIBRAS, seguindo exemplo do Aeroporto Castro Pinto, na Paraíba, que promoveu um curso de LIBRAS para capacitação dos funcionários do aeroporto (Andrade e Alves, 2001).

Tem-se como exemplo de sucesso na promoção de acessibilidade no turismo a cidade de Socorro, localizada a 134 km de São Paulo, que tornou-se referência no que se trata de destinos acessíveis quando, em maio de 2009, inaugurou oficialmente as adaptações do município onde cada público é atendido de acordo com suas necessidades.

Dentro da proposta de se tornar um destino acessível, os empresários de turismo e o departamento de turismo da prefeitura local viram uma oportunidade de obterem um diferencial competitivo em relação a outros destinos do estado e até mesmo do país (Serpa, 2009).

Cabe questionar se o título de destino acessível para o turista surdo não seria também uma grande vantagem competitiva que abriria portas para que fosse despertado nesse turista o desejo de sempre usufruir das atividades turísticas ofertadas.

4. HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Hospitalitas vem do substantivo *hospitalis*, ele mesmo derivado de *hospes*, “aquele que recebe o outro”. Aqui, a hospitalidade será vista a partir da valorização do hóspede e de sua singularidade, visando o bem-receber e a estratégia mercadológica para gestão do receptivo turístico.

Segundo Dalpiaz et al. (2012), ao chegar em um destino, o turista pode se deparar com um acolhimento preparado, improvisado ou simplesmente não se sentir acolhido. O chamado “bem receber” está diretamente ligado ao preparo do destino turístico para o recebimento do turista e, a preparação de um destino turístico envolve todo o Sistema do Turismo.

Ao dissertar sobre demanda turística, Petrocchi (2002) coloca que satisfazê-la é necessário para a sobrevivência da destinação e ainda, que a hospedagem é um dos serviços primordiais do produto turístico, tendo igual importância de transportes e atrativos e, Beni (2011, apud DALPIAZ et.al, 2012, pág 02), sobre o ato da hospitalidade, aponta:

> A qualidade no Turismo refere-se ao serviço aliado ao produto e que o fator qualidade é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o malogro desses. A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo (...).

Assim, entende-se que o preparo para o bem-receber da demanda turística se faz necessário em toda a estada do turista, incluindo a hospitalidade contida nos meios de hospedagem.

Diante do tema abordado nesta pesquisa, faz-se necessário explicitar o Art. 45° do CAPÍTULO IX da Lei Nº 13.146, de julho de 2015, que institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência) e diz que “Os hotéis, pousadas e similares devem ser construídos observando-se os princípios do desenho universal, além de adotar todos os meios de acessibilidade, conforme legislação em vigor.”

E ainda, o Art. 3° Parágrafo IV que dispõe:

a) barreiras urbanísticas: as existentes nas vias e nos espaços públicos e privados abertos ao público ou de uso coletivo;

b) barreiras arquitetônicas: as existentes nos edifícios públicos e privados;

c) barreiras nos transportes: as existentes nos sistemas e meios de transportes;

d) barreiras nas comunicações e na informação: qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação;

e) barreiras atitudinais: atitudes ou comportamentos que impeçam ou prejudiquem a participação social da pessoa com deficiência em igualdade de condições e oportunidades com as demais pessoas;

f) barreiras tecnológicas: as que dificultam ou impedem o acesso da pessoa com deficiência às tecnologias;

Nesse aspecto, há aparatos legais que tratam especificamente de meios de hospedagem no sentido de garantir ao turista deficiente condições, principalmente, de comunicação e trato dentro de suas necessidades especiais. Pode-se entender que, essas normas contribuiriam significativamente para uma maior hospitalidade ao turista com necessidades especiais, se fossem aplicadas conforme deveriam.

O “Obrigado pela hospitalidade!” acontece, segundo Camargo (2011), quando o visitante dirige-se ao anfitrião com essa expressão com a intenção de agradecer o encontro a que foi convidado e que, para ele, teve um resultado positivo ou ao qual ele gostaria de retribuir. Assim entende-se que a qualidade com a qual se recebe o outro influencia diretamente na sua concepção de boa estada e desperta nesse o desejo de retornar ao lugar ou de retribuir este gesto de acolhida.

Os conceitos de hospitalidade se estendem a uma infinidade de estudos já feitos e a outros ainda em processo, no entanto, a partir do senso comum, tem-se que a hospitalidade é algo como uma particularidade daquele que recebe o outro,

como se o visitante aguardasse passivamente seu gesto. O que não faz sentido se considerado que naquele que chega também existe uma expectativa em relação ao encontro que, a depender da recepção, sentirá a hospitalidade positiva ou negativamente.

Acerca da intensificação dos fluxos migratórios de populações de locais mais pobres em direção a países ou regiões mais ricas, ocorrida em meados de 1950, Jacques Derrida (1999) refletiu sobre o caráter de uma hospitalidade incondicional e como ação genuína que designa a obrigação de oferecer, a qualquer um que demande hospitalidade incondicionalmente. O oposto relacionado à realidade recente das migrações em razão da guerra na Síria e que trouxe novamente ao debate essa questão tendo, como pano de fundo, um cenário dividido entre afirmações e ações hospitaleiras em contraposição àquelas que expressam hostilidades de diferentes formas. A mídia trouxe ao debate político, em imagens e afirmações, a atitude de uma repórter húngara chutando e fazendo tropeçarem refugiados na fronteira com a Hungria, um dos países procurados entre os mais de 5 milhões de pessoas que fugiram daquele país. Segundo jornais "a jornalista representa o pior da humanidade"[3].

Ainda que o exemplo acima seja extremo, serve bem para contrastar com a noção de hospitalidade como virtude, donde se questiona como e quando, estruturada em rituais de acolhimento nas mais diferentes sociedades, originou-se essa qualidade intrínseca como uma virtude. Essa estruturação inclui, designando o pertencimento de alguns, e ao mesmo tempo exclui, designando a condição de estranhos a outros.

Camargo (2011) argumenta que ainda que o hóspede seja o desconhecido, inversamente quem recebe também exerce esse papel e esse encontro pode dar origem a um ritual de onde deriva a amizade, vista como o vínculo humano, ou a agressão, entendida como hostilidade. Nesse contexto, a hospitalidade é entendida como remédio contra a hostilidade e daí, entende-se que este valor não surge por mero acaso.

[3] Disponível em: http://www.pragmatismopolitico.com.br/2015/09/reporter-que-chutou-refugiados-sirios-diz-que-nao-vai-pedir-desculpas.html. Consulta em 03.12.2016.

Considerando esse conceito, o ato de não receber ou afastar aqueles que, por algum motivo, são indesejáveis, necessariamente tem como consequência o reconhecimento de que se fugiu de um dever.

Ainda dentro da ideia de hospitalidade genuína, tem-se que o sistema da dádiva, trazido por Mauss (1974), “regula” a hospitalidade por três obrigações interligadas: dar, receber e retribuir. Ainda que tal entendimento seja muito mais amplo, pode-se dizer que se toda hospitalidade é uma dádiva, existe uma abnegação de um em benefício do outro, do estranho ao estrangeiro e vice versa. Nesse sentido é possível também concluir que a dádiva parte de ambos quando o ator que é recebido retribui de alguma forma o modo como foi acolhido.

A ideia de regulação, ainda que de algo subjetivo como as relações estabelecidas entre quem recebe e é recebido, esteve presente na apropriação do conceito de hospitalidade como gestão do receptivo turístico. Com o surgimento das rotas comerciais, por exemplo, os centros de peregrinação e o dispêndio material dos primeiros viajantes pelos seus serviços fez nascer o embrião de uma hospitalidade paga, e do seu sentido comercial.

O termo hospitalidade, como correspondente ao de hotelaria, viria a ser adotado nos países anglo-saxões (*hospitality*) como sinônimo de um receptivo turístico que se assume como hospitalidade, ainda que paga. A partir disso surgiu a utilização do termo hospitalidade associado ao receptivo turístico.

Dentre as abordagens possíveis, muitos estudiosos são críticos quanto à possibilidade de enxergar o uso do termo associado à gestão como algo vazio que tem somente a intenção de disfarçar o lucro, transformando “leis” não-escritas em protocolos de recepção (CAMARGO, 2007).

Nesse aspecto é válido destacar que apesar da existência do chamado “riso comercial”, constantemente contido no semblante de recepcionistas, que Gotman (2009) diz ser uma muralha contra o contato humano, há também gestores que se preocupam em manter a hospitalidade ancestral, para além do protocolo. Contida na vontade e disponibilidade de receber bem, a presença dessa hospitalidade pode ser vista como diferencial, representada não somente pela hospedagem, mas também pela acolhida.

Ainda nessa perspectiva, tem-se que atualmente a hospitalidade pode ser considerada um atrativo, no sentido de que os costumes, hábitos e o ato de receber, particulares de cada localidade têm sido cada vez mais valorizados pelos visitantes (CASTRO NETTO; PIMENTEL, 2011), podendo esse ser um fator que influencia na decisão pelo destino turístico visitado.

4.1 Serviços em meios de hospedagem

A procura do setor de hotelaria pela qualificação e especialização dos serviços, juntamente ao aporte da noção de hospitalidade, permitiu toda uma discussão onde, além dos meios técnicos modernos utilizados nos espaços físicos de um estabelecimento, um outro aspecto haveria de ser aperfeiçoado. Assim, a construção de uma hospitalidade comercial resultaria também de uma qualificação profissional, com excelência, dos seus colaboradores.

Atualmente, tal aspecto representa um importante diferencial em um cenário de mercados competitivos, no qual o setor de serviços ocupa uma posição importante na economia, onde as organizações reconhecem a necessidade de conquistar e manter clientes para garantir sua sobrevivência (TINOCO; RIBEIRO, 2007). Para tanto, tem-se que as empresas devem buscar constantemente a qualidade de seus serviços, visando a satisfação de seus consumidores.

Segundo Lovelock e Wright (2001, p. 05) os serviços devem ser entendidos como “atividades econômicas que criam e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no – ou em nome do – destinatário do serviço”.

Para Branco et al. (2010, p. 576), “o serviço de hotelaria pode ser apresentado como um exemplo representativo do setor terciário e da importância da satisfação dos clientes”. Esse aspecto, tendo em vista que a oferta de serviços de hospedagem está totalmente ligada à mão-de-obra e que a maioria das atividades refere-se ao atendimento ao hóspede, evidencia a qualificação dos recursos humanos como fundamental para a qualidade dos serviços.

Flores (2002) coloca que o hotel não deve preocupar-se somente com a hospedagem, mas também com ambientes que proporcionem aos seus clientes momentos de relaxamento, entretenimento, gastronomia de qualidade e cuidados

com a saúde. E ainda corrobora a ideia de Branco et al. (2010) quando afirma que para tanto, os serviços devem ser de qualidade, sabendo que de nada adianta uma boa estrutura sem treinamentos específicos ao quadro de funcionários para que tais serviços sejam prestados de forma adequada e eficaz aos hóspedes.

De maneira geral, os gestores de meios de hospedagem têm a satisfação do hóspede como um objetivo primordial, fato evidente na missão e visão de grandes redes hoteleiras. A exemplo disso tem-se a ideia expressa na assinatura da Rede *Accor Hotels* que afirma "*Feel Welcome*", ou seja, "Sinta-se bem-vindo" ou "Sinta-se em casa", demonstrando uma preocupação em atender a expectativa do hóspede de contar com o máximo de hospitalidade.

Afirmada como qualificação ou treinamento o que se verifica é que a partir da hospitalidade existe um ir além das qualidades objetivas da oferta do serviço hoteleiro. Significa que também existem qualidades subjetivas que dizem respeito ao aspecto relacional que se constrói a partir das relações estabelecidas concretamente entre sujeito ofertante e receptor do serviço.

4.2 Hotelaria no Brasil

No Brasil o ato de hospedar deu-se inicialmente no movimento de acolhida de viajantes pelos chamados colonos. Aqui também, nesse período, segundo a tradição cristã, os jesuítas e outras ordens religiosas recebiam pessoas nos conventos e mosteiros, o que levou a prestação do serviço de hospedagem com finalidade comercial demorar para existir.

Nas metrópoles coloniais, como aquela que viria a se transformar na cidade do Rio de Janeiro, no século XVIII, houve o surgimento de estalagens e casas de pasto que ofereciam refeições a preços fixos e quartos para dormir, sendo tais empreendimentos considerados os embriões de futuros hotéis (RIBEIRO, 2011).

A chegada da corte real portuguesa ao Rio de Janeiro, em 1808, trouxe um aumento do fluxo de pessoas e da demanda por alojamento. Nesse momento, casas de pensão, hospedarias e tavernas abriram suas portas aos viajantes e passaram a adotar a denominação hotel. Dentro do mesmo período, a cidade de São Paulo também já contava com alguns tipos de hospedagens e ao final do século XIX a

circulação dos primeiros trens e a ligação ferroviária entre Santos e a capital foram um grande impulso para o incremento da hotelaria paulista.

As capitais brasileiras e os locais que apresentavam belezas naturais foram alvo da instalação de hotéis de grande porte entre as décadas de 1930 e 1940 e, em alguns lugares, a ocupação se deu pela necessidade de uma demanda que esbanjava a vida em Cassinos. Uma oferta agregada às instalações hoteleiras, ou que necessitava de um aparato hoteleiro que, com a proibição dos jogos de azar no país em 1946 levou ao fechamento desses estabelecimentos[4].

A hotelaria brasileira entrou em uma nova fase entre 1960 e 1970, dada pela entrada de redes hoteleiras internacionais no mercado local, que implicaram na diversificação e melhoria dos serviços.

Em seguida, na década de 80, a diferenciação do padrão de acesso aos serviços marcou o início da oferta de hotéis de padrão econômico e intermediário no Brasil, e, a partir do contexto da estabilização da economia nacional no início dos anos 90, houve um crescimento do fluxo doméstico do turismo e a demanda por hospedagens no país, acarretando reestruturação e diversificação do setor.

Tem-se que, a partir do século XXI a hotelaria nacional entrou em um ciclo na busca por novas estratégias de mercado, valorizando a profissionalização e especialização, além da busca por novas tecnologias, visando garantir comodidade e maior satisfação de seus hóspedes. Acompanhando, segundo Cezassa (2001, apud ROMÃO, 2002), “uma tendência largamente verificada em todos os ramos de negócios e setores: a qualificação e especialização dos serviços prestados”.

[4] Recentemente, com a proposta que dispõem sobre a exploração de jogos de azar no território nacional com o objetivo de estimular o crescimento econômico, expressa no Projeto de Lei 186/2014 que circula no Senado Federal, vislumbra-se a volta dos cassinos que “funcionarão em complexos turísticos construídos especificamente para esse fim, sendo permitido que funcionem juntamente com hotéis, restaurantes, centro de convenções e apresentações artísticas. O substitutivo ainda estabelece que no mínimo dois quintos dos cassinos serão explorados nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. O senador usou como critério para estabelecer esse limite a população das regiões”. Disponível em: http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/09/08/agenda-brasil-comissao-adia-votacao-de-projeto-que-legaliza-bingos-e-cassinos.

5. GESTÃO DA QUALIDADE

A presente seção trata da relação entre o que se entende por qualidade, e sua gestão, em equipamentos e/ou serviços das chamadas atividades caraterísticas do turismo (alojamento; alimentação; transporte aéreo; transporte terrestre; transporte aquaviário; agências de viagem; aluguel de transporte; e cultura e lazer.) (IPEA, 2014)[5]. Em especial, como destacado acima, a gestão da qualidade dos serviços na hotelaria.

Segundo Lacerda (2005, p. 20), "qualidade é a filosofia de gestão que procura alcançar o pleno atendimento das necessidades e a máxima satisfação das expectativas dos clientes". Pode-se dizer, portanto, que a satisfação dos turistas que visitam uma localidade é um aspecto relevante para verificar a qualidade dos serviços ali oferecidos. Ainda nesse contexto é importante frisar que o turista nota qualidade de serviços durante toda a sua estada, analisando, por conseguinte, o modo como é recebido nos meios de hospedagem.

Frei (2008 apud CORTE, 2009), destaca que a excelência na prestação de serviços dá-se quando há capacidade de identificar características de desempenho de inferior qualidade e compensá-las com outras de performance elevada e que, de modo geral, são mais valorizadas pelo cliente.

Desse modo, entende-se que se faz necessária uma preocupação com as particularidades que os clientes julgam mais interessantes, desde necessidades que procuram suprir até experiências que desejam vivenciar.

Silva (2001) disserta acerca da percepção do consumidor em relação a qualidade de serviços prestados, e coloca que essa percepção dá-se através de componentes tangíveis e intangíveis. Tendo por tangibilidade o que há de palpável no serviço, como aparência física interna e externa, limpeza do ambiente, entre outros e, o lado intangível sendo composto, basicamente, por aspectos como amabilidade e disposição para atender. Todavia, ao pensar o componente intangível pode-se dizer que este significa reunir competências e habilidades para lidar com diferentes situações na recepção dos seus hóspedes. Deste modo, entende-se também que os recursos humanos devem estar preparados para lidar com o cliente da melhor forma possível, incluindo, comunicação que se faça eficiente.

[5] http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21756

Segundo Ignarra (2003, p. 72).

> O turismo é uma atividade econômica de prestação de serviços, que tem nos recursos humanos o seu principal elemento. O bom atendimento ao turista é o principal fator de avaliação do produto e existem localidades com enorme potencial turístico que não conseguem decolar seu desenvolvimento pela ausência de investimentos em capacitação de recursos humanos. O turismo depende de uma infinidade de serviços especializados, os quais, por sua vez, dependem de uma infinidade de profissionais com as mais variadas especializações.

Churchill e Peter (2000) apontam que os consumidores utilizam, no mínimo, cinco critérios para avaliar a qualidade em serviços: aspectos tangíveis, que incluem evidências físicas do serviço; confiabilidade, envolvendo consistência e segurança no desempenho do serviço; presteza, representando a disposição dos empregados em prestar o serviço; garantia, que se resume nos conhecimentos e competências dos profissionais; e, por último, empatia, que é notada a partir dos esforços do prestador de serviço para compreender as necessidades do cliente e, então, oferecer a possibilidade de um serviço personalizado.

Assim, entende-se que afora os profissionais treinados e capacitados, de fundamental importância para o desenvolvimento do turismo, a gestão da qualidade, antes de tudo, considera a atuação além da oferta protocolar de serviços. Ponderando, por exemplo, o valor da oferta de serviços especializados como aqueles direcionados ao deficiente físico, onde a atenção quanto ao atendimento do cliente com necessidades especiais pode representar, de uma maneira geral, o grau de seriedade de uma empresa em relação a prática da sua hospitalidade.

Por outro lado, com o crescente número de empresas implementando sistemas de gestão da qualidade, fez-se necessária uma padronização a nível mundial no que se refere a aspectos relacionados à qualidade, tornando possível, assim, um entendimento comum entre as empresas, seus fornecedores e clientes que facilitasse os reflexos concretos nas suas práticas.

Diante dessa necessidade, no ano de 1947, em Genebra, Suíça, foi fundada a entidade não governamental *International Organization for Standardization* (ISO), que reúne organismos de normalização de 164 países e é responsável pela elaboração e publicação de normas internacionais em diversos campos técnicos.

Essas normas, aprovadas através de consenso global, têm como finalidade ajudar a quebrar barreiras ao comércio internacional, indicando especificações de produtos e serviços, além de melhores práticas para tornar a indústria mais eficiente e eficaz (*International Organization for Standardization* [ISO], n.d.).

Dentro da ISO 9000, a ISO 9001:2008 traz requisitos que se baseiam na aplicação de oito princípios da gestão da qualidade e, o primeiro deles aborda a focalização no cliente destacando que as "organizações dependem dos seus clientes e, consequentemente, deverão compreender as suas necessidades, atuais e futuras, satisfazer os seus requisitos e esforçar-se por exceder as suas expectativas" (NP EN ISO 9000 2005, 2005, p.7).

Desse modo, a satisfação do cliente é requisito de suma importância para a empresa e, dentro do tema a que se propõe esse estudo monográfico, cabe colocar que a perspectiva do turista deficientes físicos em relação ao meio de hospedagem é igualmente um fundamental aspecto para a avaliação de qualidade do serviço turístico como um todo e ainda para a decisão de retorno ou não a localidade.

6. METODOLOGIA

Os objetivos propostos para esse trabalho requereram uma abordagem qualitativa, visto que a análise dos dados se dá a partir de questões ou focos de interesse amplos, que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve (momento de delimitação do estudo). Esse contexto envolve obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995).

Tem-se que, segundo Deslauriers (1991, apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009), o objetivo da amostra desses sujeitos é de produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações.

Ressalta-se, portanto, que a abordagem qualitativa aqui utilizada contribui para que, com os resultados dos dados coletados, seja possível obter uma nova percepção sobre o assunto tratado, de modo que as informações contemplem qualquer ponto de vista diferente dos anteriormente conhecidos. Aqui se faz referência ao ponto de vista geralmente abordado da oferta do serviço turístico pela realidade ou compreensão do sujeito ofertante, e não consumidor.

A estratégia de pesquisa utilizada é a de pesquisa exploratória, empregada quando o objetivo é proporcionar maior familiaridade com o problema, com finalidade de torná-lo mais explícito ou de construir hipóteses (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A presente pesquisa deu-se, a princípio, a partir de levantamento bibliográfico que fundamenta a importância do tema, bem como explicita a relação entre os dois pilares desse trabalho: hospitalidade nos meios de hospedagem e o turista surdo. Posteriormente, com o auxílio de entrevistas semiestruturadas com consumidores que vivenciaram as experiências do serviço de atendimento, foram coletados os dados necessários para realização do segundo objetivo deste trabalho.

A metodologia supracitada está presente na maioria das pesquisas exploratórias de cunho qualitativo, segundo o que afirma Gil (2007), além da análise de exemplos que estimulem a compreensão.

A técnica de pesquisa utilizada teve como objetivo fazer um levantamento de informações necessárias para obtenção de conhecimento acerca da relação entre hospitalidade, o turista surdo e o uso de LIBRAS para o seu acolhimento, e a gestão da qualidade. Desse modo fez-se possível relacionar os dados coletados com o referencial teórico das pesquisas anteriormente realizadas, bem como de documentos de referência, e, por conseguinte, descrever e analisar os resultados obtidos.

No instrumento utilizado (Apêndice) as duas primeiras questões relacionam-se a dados de perfil, somente para fins de maiores informações sobre o público respondente.

Das questões 3 a 7, os assuntos abordados visaram entender a relação do surdo com a viagem; questiona-se se o fato de ser surdo já foi motivo para não realizar uma viagem a negócios ou lazer, se houve atendimento em LIBRAS nos empreendimentos onde os respondentes se hospedaram, a eficácia do serviço prestado nessa língua e também a existência de preparo do meio físico desses estabelecimentos para recebê-los.

Essas questões foram baseadas na ABNT NBR 15599:2008, que prevê que os serviços de turismo devem prover treinamento de seus funcionários em LIBRAS e LIBRAS tátil e que estes devem ter sinalização luminosa para campainha ou batidas na porta e *videofone* para comunicação.

As questões 8 e 9 encerram o instrumento tendo, como objetivo principal, verificar a importância que o turista surdo dá ao preparo do meio de hospedagem para recebê-lo.

Aqui, considerou-se o que Lages e Martins (2006) apontam; que um mesmo serviço turístico é ofertado por diferentes empreendimentos, sendo diferenciado pelo profissional que o oferta, sendo, portanto, uma vantagem competitiva e, ainda; a teoria de Castro Netto e Pimentel (2011) que coloca a hospitalidade como um atrativo e nesse sentido, onde particularidades de cada localidade são cada vez

mais valorizadas pelo turista, pode ser um fator que influencia na escolha do destino visitado.

A seleção de entrevistados deu-se a partir do contato com grupo de surdos da cidade de Brasília, Distrito Federal e o instrumento de investigação aplicado utilizando formulário eletrônico elaborado com o suporte do GSuite (https://gsuite.google.com/intl/pt-BR/).

Para a seleção dos entrevistados foram elaborados quatro pré-requisitos: ser surdo; fazer o uso da LIBRAS para comunicação; ter viajado para destinos brasileiros sem o acompanhamento de pessoa ouvinte e/ou intérprete; e, ter usufruído de serviço de meio de hospedagem contratado (hotéis, pousadas ou *hostels).*

O questionário eletrônico ficou no ar do dia 05 de junho de 2017 ao dia 20 de junho do mesmo ano e o contato com os respondentes deu-se a partir de divulgação em redes sociais. O número total de participantes foi vinte e quatro.

No próximo capítulo serão apresentados os dados coletados a partir do instrumento utilizado e, ainda, a análise que relaciona os resultados obtidos com o referencial teórico.

7. RESULTADOS E ANÁLISES

O instrumento utilizado para identificar a percepção de turistas surdos acerca da oferta de serviços turísticos de hospedagem foi elaborado de acordo com as teorias abordadas e com os objetivos do trabalho.

O início do questionário apresentou questões acerca de dados de perfil, somente para conhecimento do público alvo deste trabalho. Conforme o gráfico abaixo, tem-se que em sua maioria, o grupo de turistas surdos que participou dessa pesquisa é composto por mulheres. E na questão que investiga quantas vezes, em média, esse público viajou nos últimos oito anos, período estipulado com base nos dados levantados pelo Ministério do Trabalho que evidenciam que de 2010 a 2015 houve um aumento de 20% de participação de deficientes no mercado do trabalho, a resposta obtida mostra uma quantidade de 5 a 7 vezes, representada no segundo gráfico a seguir.

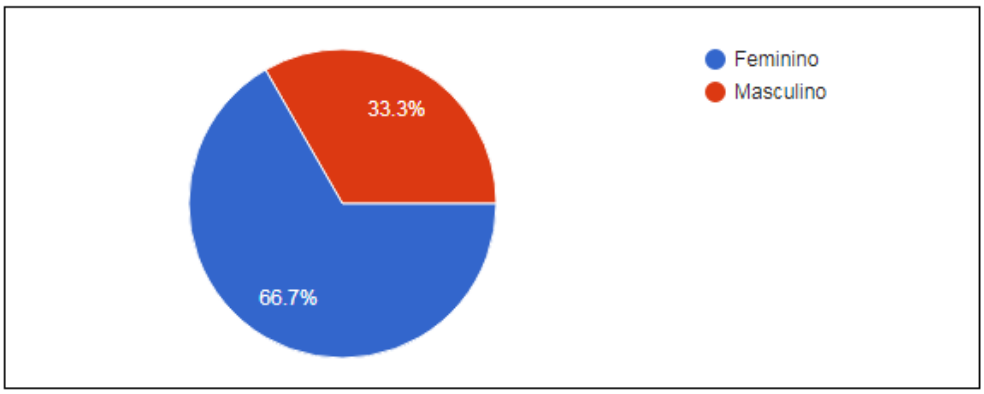

GRÁFICO 3 – GÊNERO, DIVIDIDO EM MASCULINO E FEMININO

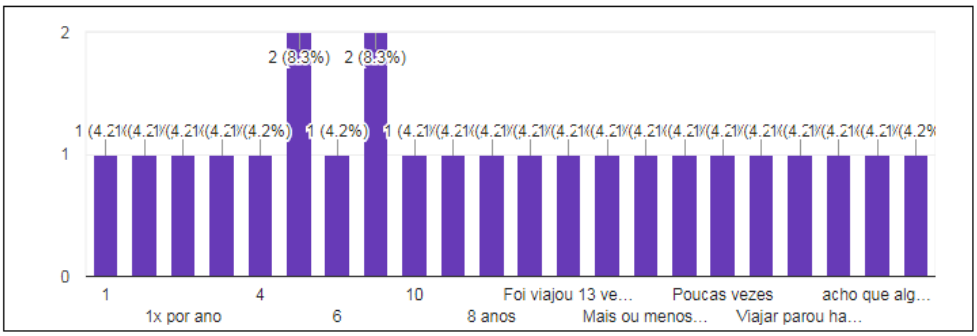

GRÁFICO 4 – MÉDIA DE VIAGENS REALIZADAS PELOS RESPONDENTES NOS ÚLTIMOS OITO ANOS (2009 – 2017)

A terceira questão visou entender a relação do turista surdo com a viagem e, aqui, uma falha de interpretação da pergunta foi notada. Neste questionamento, em

especial, de acordo com as respostas escritas, houve interpretação de dados para que se obtivesse um percentual mais fiel às respostas dadas.

Assim, tem-se que, mais de 25% dos respondentes colocam a surdez como obstáculo para fazer viagens a negócios ou lazer pela insegurança em relação à dificuldade na comunicação.

Em relação a presença de atendimento em LIBRAS em meios de hospedagem utilizados em suas viagens, 66.7% dos respondentes apontaram que não houve nenhum tipo de atendimento, 33,3% responderam que houve atendimento parcial, contando também com meios de comunicação como a escrita na recepção, serviço de quarto e restaurante e nenhum dos 24 respondentes apontou que houve atendimento pleno em sua primeira língua, conforme o gráfico:

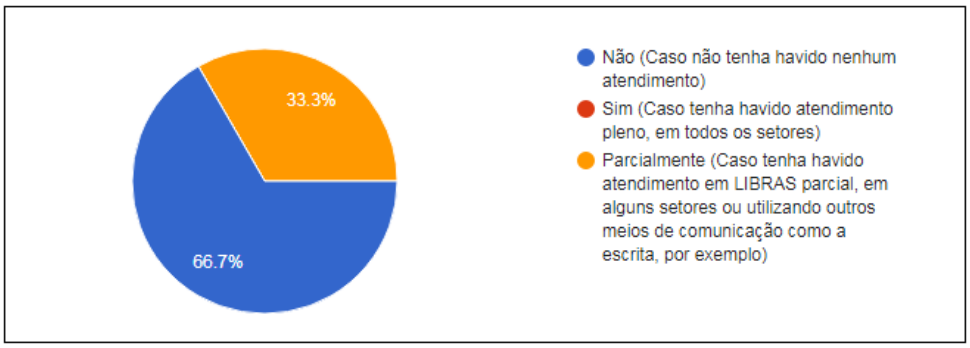

GRÁFICO 5 – EXISTÊNCIA DO ATENDIMENTO EM LIBRAS NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM VISITADOS

Aqui, cabe frisar que a ABNT prevê que os serviços de turismo devem prover treinamento de seus funcionários em LIBRAS e LIBRAS tátil e que, principalmente em relação a serviços de quarto, restaurante e recepção, os hotéis e restaurantes deveriam treinar seus funcionários para comunicação com pessoas com deficiência.

Em relação à eficácia do atendimento em LIBRAS, nos meios de hospedagem onde foi possível encontrá-lo, 29,2% dos respondentes a classificam como boa e a mesma quantidade classifica como ruim, conforme gráfico abaixo.

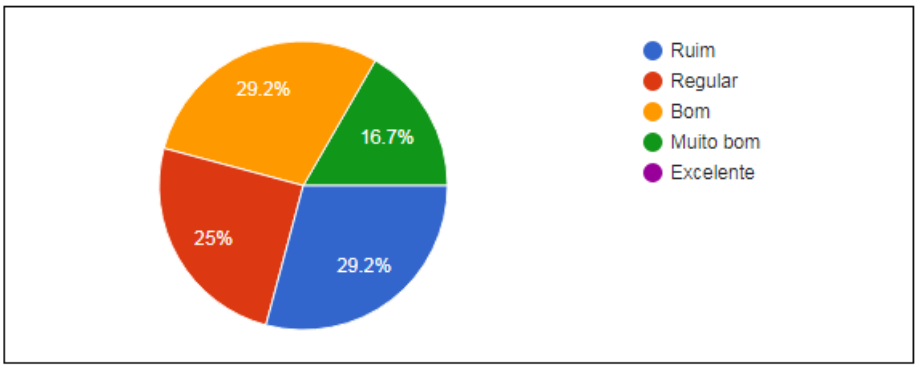

GRÁFICO 6 – EFICÁCIA DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM LIBRAS

E ainda, conforme o gráfico a seguir, acerca do preparo do meio físico do meio de hospedagem, com sinalização luminosa para campainha ou batidas na porta e *videophone*, mais de 66% apontaram não encontrar esse diferencial nos empreendimentos, ainda que esses equipamentos também estejam previstos na ABNT NBR 15599:2008.

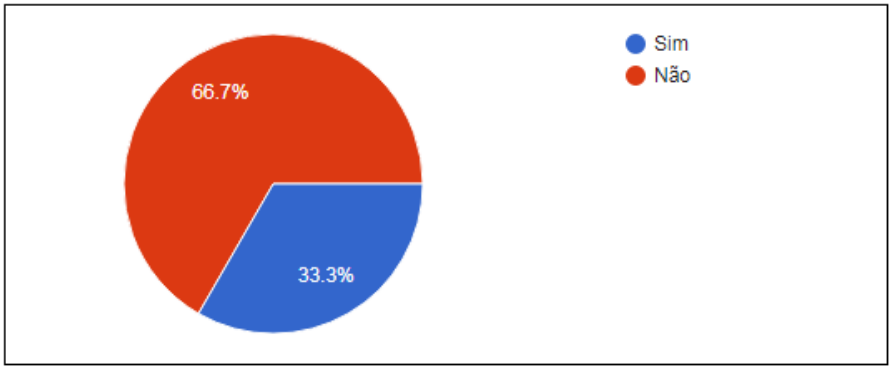

GRÁFICO 7 – EXISTÊNCIA DE SINALIZAÇÃO LUMINOSA E *VIDEOPHONE* NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM VISITADOS

Questionou-se também sobre optar por meio de hospedagem com diária mais alta que dispusesse de atendimento em LIBRAS e, como resposta, 29,2% dizem que sim, considerando quão mais alta fosse a diária e 33,3% optariam por esse meio de hospedagem independente do valor.

Os últimos números do gráfico a seguir evidenciam que os turistas surdos participantes dessa pesquisa consideram altamente importante a presença de funcionários de aptos a atender em LIBRAS e que esse diferencial poderia acarretar em maior retorno financeiro ao estabelecimento que oferecesse esse serviço.

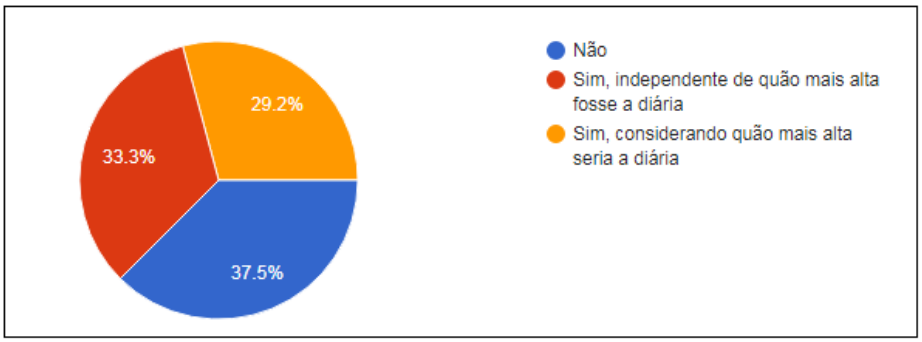

GRÁFICO 8 – RESPONDENTES QUE OPTARIAM OU NÃO POR MEIOS DE HOSPEDAGEM COM DIÁRIA MAIS ALTA DEVIDO A EXISTÊNCIA DE FUNCIONÁRIOS APTOS A ATENDER EM LIBRAS

Ao associar a junção de competências e habilidades para lidar com diferentes situações na recepção dos seus hóspedes com o que diz Silva (2001), no seu discurso sobre componentes intangíveis, entende-se que o preparo dos profissionais do meio de hospedagem é, geralmente, percebido e analisado e que contribui significativamente para a decisão do turista de se hospedar em algum empreendimento sem nem mesmo verificar valores de diárias.

“Organizações dependem dos seus clientes e, consequentemente, deverão compreender as suas necessidades, atuais e futuras, satisfazer os seus requisitos e esforçar-se por exceder as suas expectativas” (NP EN ISO 9000 2005, 2005, p.7). Tem-se, portanto, que o turista com necessidades especiais tem uma expectativa ainda maior em relação ao serviço prestado no meio turístico e, que cada diferencial seria notado e possivelmente levado em consideração para a decisão de retorno ou não ao empreendimento em viagens posteriores.

E, por fim, a partir dessas informações, o instrumento traz a questão mais ligada à gestão de qualidade, mostrando quão importante e rentável seria oferecer um serviço com o uso da LIBRAS e equipamentos apropriados para a recepção do turista surdo nos meios de hospedagem.

O gráfico de respostas dessa última questão evidencia que a existência de funcionários aptos a atender em LIBRAS ou dos equipamentos *videophone* ou sinalizador luminoso é, para quase 80% dos respondentes, relevante para que esses turistas se hospedem novamente no empreendimento.

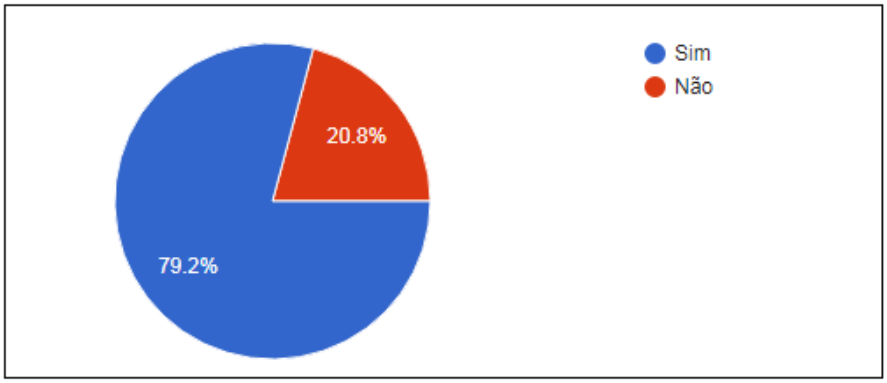

GRÁFICO 9 – RESPONDENTES QUE ANALISARIAM O PREPARO ESPECÍFICO DO MEIO DE HOSPEDAGEM PARA HOSPEDAR-SE NOVAMENTE

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O bem-receber, o acolhimento, o chamado “sorriso comercial” (GOTMAN, 2009): a hospitalidade, em seus muitos e diferentes significados, é sempre um assunto presente ao se tratar de turismo.

O objetivo geral do presente trabalho foi o de identificar a percepção do turista surdo em relação à hospitalidade em meios de hospedagem. A partir dos seus objetivos específicos foi possível perceber, com base nas informações contidas nessa pesquisa e de sua elaboração que, no Brasil, há pouco material teórico que trate especificamente da surdez como característica de determinado público do turismo mas que, de modo geral, os referenciais refletem a necessidade de uma adaptação dos empreendimentos ao turista com diferentes necessidades.

Aqui também cabe destacar que, de acordo com as respostas obtidas no instrumento de pesquisa, os gestores deixam de ter parte de um retorno financeiro que seria possível se esse meio fosse adaptado às necessidades de cada um.

Os respondentes que colaboraram com essa monografia de conclusão do Curso de Turismo pode ser entendido como um grupo de potenciais turistas com surdez, aptos a viajar e usufruir de serviços do meio turístico e que possuem necessidades especiais a serem ainda atendidas pelo mercado que oferta os serviços turísticos de hospedagem.

A percepção do turista surdo em relação à hospitalidade praticada em meios de hospedagem identificou que o serviço turístico para esse público ainda se mostra muito aquém do que as normativas legais estabelecem e que esses turistas prezam pela hospitalidade, pelo atendimento em sua primeira língua e pelo direito de serem atendidos de igual forma que os demais.

As deficiências e diferenciais em relação à hospitalidade para turistas surdos nos meios de hospedagem analisadas chamaram a atenção para a relação entre esse despreparo do setor e o potencial que turistas com tal perfil representam para o desenvolvimento sustentável do turismo brasileiro.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

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

ANDRADE, Lívia Leal de; ALVES, Lívia Mendonça. **A inclusão do surdo na atividade do turismo através do uso de LIBRAS**. Salvador, 2011.

ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lúcio de; JORGE, Wilson Edson**. Hotel: planejamento e projeto**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 15599: Acessibilidade – Comunicação na prestação de serviços**. Rio de Janeiro, 2008.

BRANCO, Gabriela; RIBEIRO, José; TINOCO, Maria. **Determinantes da satisfação e atributos da qualidade em serviços de hotelaria**. *Revista Produção*. V. 20, n. 4, out./dez. 2010, p. 576-588

BRASIL. Lei n. 13,146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência).

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo do Perfil de Turistas:** Pessoas com Deficiência. 2013. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_dem_turistas_pessoas_com_def_DocCompleto_12.2013.pdf. Acesso em: 11 abr. 2017.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo acessível**. Maio, 2016. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/assuntos/5054-turismo-acessivel.html. Acesso em: 04.out.2016

CAMARGO, L. O. L. **A Pesquisa em Hospitalidade**. INTERCOM 2007 - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos-SP. Anais do XXX INTERCOM. São Paulo, 2007. v. 1.

CAMARGO, L. O. L. O estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, A (org). **O livro da hospitalidade**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

IBGE. Cartilha do Censo 2010 – **Pessoas com Deficiência** / Luiza Maria Borges Oliveira / Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR) / Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD) / Coordenação-Geral do Sistema de Informações sobre a Pessoa com Deficiência; Brasília : SDH-PR/SNPD, 2012.

CASTRO NETTO, J. H.; PIMEMTEL, T. D. **Indicadores na Gestão da Hospitalidade Pública no Parque Ecológico Promotor Francisco Lins do Rego – Parque Ecológico da Pampulha (PEP) – Belo Horizonte – MG**. ABET, Juiz de Fora, v.1, n.1, p. 49-63, jul./dez. 2011.

CHURCHILL, G. A. Jr.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CORTE, M.R. **A Qualidade dos Serviços Hoteleiros na Ilha do Porto Santo**. (Dissertação de Mestrado, Universidade Técnica de Lisboa, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia industrial, Funchal, Portugal). 2012. Disponível em: https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1434/1/TFM%20Romana%20Corte.pdf

DALPIAZ, Roni Carlos Costa. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. Disponível em: http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bemreceber.pdf. Acesso em: 04.out.2016.

DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos.** São Paulo: SENAC, 1999.

FLORES, Paulo Silas Ozores. **Treinamento em Qualidade: Fator de Sucesso para Desenvolvimento de Hotelaria e Turismo.** 1 ed. São Paulo: Roca, 2002.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa.** Org. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIANOTTO, Adriano de Oliveira; OLIVEIRA, Beatriz Carlini Garcia de; COUTINHO, Dolores Pereira Ribeiro. **A inclusão do surdo do Mato Grosso do Sul – Brasil, na atividade do turismo pelo uso da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)**. *Revista Contribuiciones a las Ciencias Sociales*. Janeiro-março, 2016. Disponível em: *http://www.eumed.net/rev/cccss/2016/01/sordos.html*

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GODOY, A. S. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: EAESP/FGV, 1995.

GOTMAN, A. **O comércio da hospitalidade é possível?** Revista Hospitalidade, São Paulo, dezembro 2009. 3-25. Disponivel em: http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade/article/view/311/299 Acesso em: 04.out.2016.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

LACERDA, Flávia Alves de Brito. **Gestão da qualidade: fundamentos da excelência**. Brasília: SEBRAE, 2005.

LAGES, Sônia Regina C.; MARTINS, Regiane. **TURISMO INCLUSIVO: a importância da capacitação do profissional de turismo para o atendimento ao deficiente auditivo**. *Revista Estação Científica*, Juiz de Fora, n. 03, Outubro 2006.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: Marketing e Gestão.** Tradução de Cid Knipel Moreira; Revisão Técnica de Mauro Neves Garcia. São Paulo: Saraiva, 2001. p. 05.

MAUSS, M. 1974 [1923-24]. **Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas.** In: _____. Sociologia e Antropologia. v. II. São Paulo: Edusp.

NP EN ISO 9000 2005 (2005). **Sistemas de Gestão da Qualidade. Fundamentos.** Instituto Português da Qualidade.

PETROCCHI, M. **Planejamento e gestão do turismo**. São Paulo: Futura, 2002.

RIBEIRO, Karla Cristina Campos. **Meios de hospedagem.** Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011.

ROCHA, Solange Maria da. **O INES e a educação de surdos no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2008, v. 1.

ROMÃO, K. Y. A. **Sistema de gestão da qualidade na hotelaria: um estudo comparativo da ISSO 9000 com os modelos de classificação no Brasil.** Rio Grande do Norte, 2002.

SERPA, Ana Beatriz Borges. **Acessibilidade para pessoas com deficiência e inclusão social no turismo: a experiência da cidade de Socorro – SP**. 2009. 112 f., il. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Universidade de Brasília, 2009.

SILVA, C. F. **Estratégias de operações de serviços hoteleiros**. *Revista Turismo - Visão e Ação.* Universidade do Vale do Itajaí. Ano 3, n.7, out/2000 - mar/2001.

SILVA, M. Â. (2009). **Desenvolvimento e implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade** (Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal). Disponível em: http://hdl.handle.net/10773/1715

TINOCO, M. A.; RIBEIRO, J. L. **Uma nova abordagem para a modelagem das relações entre os determinantes da satisfação dos clientes de serviços.** Revista Produção, v. 17, n. 3, 2007.

VEIGA, Luciana Santos; FARIAS, Josivania Silva. **Avaliação da Qualidade dos Serviços em uma Pousada com a Aplicação da Escala Servqual**. *Revista Turismo - Visão e Ação*. v. 7, n. 2, p. 257 – 272, maio/ago. 2005.

APÊNDICE

1) QUESTIONÁRIO

A) Dados de perfil

A.1 - Gênero 1.( ) F 2.( ) M

A.2 - Quantas vezes viajou, em média, nos últimos 8 anos? _____

B) Sobre a relação entre a deficiência auditiva e a viagem:

B.1 - O fato de ser surdo já foi motivo para não fazer uma viagem a negócios ou a lazer?

1. ( ) Não
2. ( ) Sim

Se sim, comente _____

B.2 - Ao utilizar serviços de um meio de hospedagem (hotéis, pousadas, hostels, entre outros), foi possível contar com o atendimento em LIBRAS?

1. ( ) Não (caso não tenha havido nenhum atendimento)
2. ( ) Sim (caso tenha havido atendimento pleno, em todos os setores)
3. ( ) Parcialmente (caso tenha havido atendimento em LIBRAS parcial, em alguns setores, e/ou utilizando outras formas de comunicação)

B.3 Se parcialmente, onde se mostrou restrita? (pode-se marcar mais de uma opção)

1. ( ) LIBRAS na recepção – 2. ( ) Ou outra comunicação na recepção
3. ( ) LIBRAS no serviço de quarto – 4. ( ) Ou outra comunicação no serviço de quarto
5. ( ) LIBRAS no restaurante – 6. ( ) Ou outra comunicação no restaurante
7. Outras comunicações. Especificar: _____

B.4 - Em relação ao atendimento em LIBRAS como você classificaria a eficácia do serviço?

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Muito bom
5. ( ) Excelente

B.5 - Nos empreendimentos de hospedagem onde você esteve havia preparo do meio físico para atender suas necessidades especiais? Ex.: Sinalização luminosa para avisar de batidas na porta ou campainha tocando, *videophone*.

1. ( ) Não
2. ( ) Sim. Quais? _____

C) Diante da sua experiência em viagens onde você utilizou serviços de meios de hospedagem:

a) Há alguma sugestão de aspectos a serem abordados e/ou melhorados nesses empreendimentos no atendimento ao turista surdo?

1. ( ) Não
2. ( ) Sim. Quais? _____

D) Sobre a prestação de serviços em LIBRAS nos meios de hospedagem e o preparo do meio físico:

D.1 - Você optaria por um meio de hospedagem com diária mais alta que outros em função da presença de um atendimento com utilização da LIBRAS?

1. ( ) Não
2. ( ) Sim, independente de quão mais alta fosse a diária.
3. ( ) Sim, considerando quão mais alta fosse a diária.

D.2 - Você optaria por um meio de hospedagem com diária mais alta que outros em função da disponibilidade de equipamentos como o *videophone* ou sinalizador luminoso para campainha?

1. ( ) Não
2. ( ) Sim, independente de quão mais alta fosse a diária.

3. ( ) Sim, considerando quão mais alta fosse a diária.

D.3 - A utilização ou não da LIBRAS no atendimento ou dos equipamentos *videophone* e sinalizador luminoso é relevante para que você pense na possibilidade de se hospedar novamente no empreendimento?

1. ( ) Não
2. ( ) Sim. Por que? _____