

**Adequação da acessibilidade de restaurantes para cegos:
um estudo da quadra 402 Sul do Plano Piloto de Brasília, DF.**

RESUMO EXPANDIDO

De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, todas as pessoas têm direitos iguais, assim como direito à educação, lazer e a participar da vida cultural da sociedade (ONU, 1948).

A percepção de uma pessoa com deficiência visual é sequencial e contínua. Ela adquire informações acerca do espaço a partir dos detalhes e da duração dos acontecimentos no seu entorno (SANTOS, 2015).

Nesse contexto, o objetivo da pesquisa é identificar a oferta de acessibilidade dos restaurantes da quadra 402 Sul do Plano Piloto de Brasília, DF, às Pessoas Com Deficiência (PCD), especificamente cegos.

Para esse estudo, em um primeiro momento adotou-se a abordagem qualitativa de caráter exploratório, apoiando-se nas técnicas de levantamento (entrevistas com oito proprietários de restaurantes da quadra 402 Sul do Plano Piloto de Brasília, realizadas nos dias 2 e 3 de maio de 2019), bibliográfica e documental, por meio de documentos fornecidos pelos estabelecimentos investigados e pela legislação específica.

As entrevistas semiestruturadas foram gravadas e realizadas pessoalmente pelos pesquisadores, a partir de um roteiro pré-estabelecido de perguntas abertas com um caráter intencional baseado na legislação referente à acessibilidade de PCD em estabelecimentos comerciais. Para a interpretação das entrevistas, adotou-se a análise de conteúdo a partir do confronto das informações levantadas com a teoria fundamentada.

Busca-se com esta pesquisa, de acordo com a lei nº 13.146/15, demonstrar na prática a necessidade de que as PCD's possuem plenos direitos de acessibilidade em todas as áreas de julgarem de interesse, para um convívio igualitário e inclusivo na sociedade. Nesse sentido, este estudo apoia-se em Salazar e Farias (2008) quando mencionam que garantir que todas as pessoas tenham acesso a todas as áreas de seu convívio relacionadas aos

espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, sistemas e meios de comunicação e informação.

Para tal, identificou-se estudos que apontam que os principais problemas que as PCD's têm a enfrentar, como consumidores em estabelecimentos comerciais, é a falta de preparo de vendedores e operadores de serviços, que tendem a ver tais indivíduos somente como deficientes e são incapazes de percebê-los como cidadãos e consumidores potenciais (MARTINEZ; FRANÇA, 2009; KAUFMAN, 1998).

Como resultado parcial, uma das variáveis relatadas por todos os restaurantes investigados é de que a adequação às PCD's só está sendo atendida por causa da cobrança da Vigilância Sanitária e do Procon, preocupando-se somente com o cardápio em Braille.

Segundo as investigações realizadas, apesar dos empreendimentos oferecerem cardápios em braile, eles não são atualizados como os tradicionais. Percebeu-se que os empreendimentos investigados não possuem piso tátil, a maioria não possui garçons treinados para atender esse público, sendo que somente um oferece funcionário treinado e não possuem botão nas mesas para atendimento agilizado. No entanto, os empreendimentos possuem banheiro acessível, possuem mesa prioritária e procuraram se adequar em relação aos degraus dos estabelecimentos.

Diante do observado, fica clara a importância dos garçons receber treinamento para saber atender essas pessoas, conforme é abordado por Kaufman; Scarborough (1998).

Foi identificado, ainda, que alguns empreendimentos já pensaram em adaptar-se para atendimento de PCD's, mas não acharam necessário por causa da pequena, ou quase nenhuma, quantidade de clientes cegos desacompanhados que frequentam os estabelecimentos.

Um dos entrevistados relatou que acredita que teria mais clientes PCD's se oferecesse acessibilidade adequada e divulgasse nas redes e mídias sociais, pois, segundo o entrevistado, as pessoas ligam para perguntar a respeito da acessibilidade básica, como banheiros e inexistência de degraus.

Outro entrevistado relatou que nunca se preocupou com cegos, pois acha que o número de cegos no DF é pequeno e os poucos que foram ao seu estabelecimento estavam acompanhados.

Os resultados provisórios da primeira fase da pesquisa indicam que muita coisa precisa ser modificada nesses estabelecimentos investigados para que eles possam reunir os atributos preconizados na legislação e, conseqüentemente, valorizados por pessoas com deficiência visual.

Nesse sentido, os investimentos em tais mudanças seriam respaldados pela percepção de que as pessoas com deficiência visual são consumidores potenciais de restaurantes, sendo uma das principais atividades de lazer cotidiano social.

A partir desses resultados primários, serão investigados outros empreendimentos que já adotam práticas inclusivas e, ainda, serão identificadas associações de PCD's para levantar suas reais necessidades, além daquelas determinadas em legislação. Acredita-se que com essa pesquisa será possível contribuir para a promoção de uma maior conscientização dos empresários do ramo gastronômico.

Palavras-chave: Acessibilidade; Cegos; Restaurantes; Brasília/DF.

Referências

AMARO, L.; MEIRA, p.; CAMARGO, S.; SLONGO, L. **Em que posso ajudar?** Ovarejo e os portadores de deficiência visual. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba.

BAKER, S.; HOLLAND, J.; KAUFMAN-SCARBOROUGH, C. **How consumers with disabilities perceive "welcome" in retail servicescapes:** a critical incident study. *Journal of Service Marketing*, S. I.I. v. 21, n. 3, p. 160-173, 2007.

BAKER, S.; STEPHENS, D.; HILL, R. **How can retailers enhance accessibility:** giving consumers with visual impairments a voice in the marketplace. *Journal of Retailing and Consumer Services*, S. u v. 9, p. 227-239, 2002.

BARBOSA, M.; FARIAS, S.; KOVACS, M. **Entre a fome e a vontade de comer**: os significados da experiência de consumo em restaurantes. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba.

KAUFMAN- SCARBOROU GH, e. **Retailers' perceptions of the Americans with Disabilities Act**: suggestions for low-cost, high impact accommodations for disabled shoppers. *Journal of Consumer Marketing*, [5. 1.],v.15, n. 2, p. 94-110, 1998.

MARTINEZ, V.; FRANÇA, **A diversidade e socialização nas organizações**: a inclusão e a permanência de pessoas com deficiência . In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 33, Rio de Janeiro: ANPAD, 2009.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Declaração-Universal-dos-Direitos-Humanos/declaracao-universal-dos-direitos-humanos.html>>. Acesso em: 17/02/2019.

SALAZAR, V; FARIAS, S. **Atmosfera de serviços em restaurantes gastronômicos**: influências hedônicas na satisfação do consumidor. Salvador: ANPAD, 2006.

SANTOS, M. de S. S. **A percepção espacial de pessoas com deficiência visual**: estudo de caso em ambientes de restaurantes em João Pessoa – PB. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

SOLOMON, M. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TURMUSANI, M. **An eclectic approach to disability research**: a majority world perspective. *Asia Pacific Disability Rehabilitation Journal*, S. u v.15, n.1, p. 3-11, 2004.