

Sou consumidor: percepção de consumidores cegos em restaurantes
de um shopping de Brasília (DF)

*Soy un consumidor: percepción de consumidores ciegos en restaurantes de un
centro comercial en Brasília (DF)*

*I am a costumer: perception of visually impaired costumers in restaurants of a mall in
Brasília (DF)*

Letícia Bianca Barros de Moraes Lima¹

Raquel Rodrigues Gonçalves Curado²

André Luiz Mendes Araújo³

Resumo: O presente artigo pretende demonstrar como as pessoas com deficiência visual enfrentam diversas dificuldades para exercer o seu papel enquanto consumidores, em um sistema que parece desprezar o seu potencial de consumo. A análise da situação é feita sob a luz da Lei Federal 13.146/2015, e das Leis Distritais 3.634/2005 e 4.317/2009. O seu objetivo é analisar a importância da percepção das pessoas cegas quanto ao ambiente de consumo e sobre a qualidade do atendimento oferecido nos restaurantes do shopping Conjunto Nacional, em Brasília. A investigação é de natureza qualitativa, foram realizadas entrevistas com consumidores cegos seguida da análise de discurso. Os resultados mostram a insatisfação dos consumidores com deficiência visual com a falta de preparo dos atendentes e a inadequação dos estabelecimentos.

Palavras Chave: Pessoa com Deficiência Visual; Acessibilidade; Consumidor; Restaurantes; Brasília.

Resumem: Este artículo tiene como objetivo demostrar cómo las personas con discapacidad visual tienen dificultades para desempeñar su papel de consumidores en un sistema que parece despreciar su potencial de consumo. El análisis de la situación se realiza a la luz de la Ley Federal 13.146/2015, e de las Leyes de Distrito 3.634/2005 y 4.317/2009. Su objetivo es analizar la importancia de la percepción de las personas ciegas con respecto al ambiente de consumo y la calidad del servicio ofrecido en los restaurantes del centro comercial Conjunto Nacional, en Brasilia. La investigación es de naturaleza cualitativa, fueran realizadas entrevistas con consumidores ciegos, seguida de un análisis del discurso. Los resultados muestran la insatisfacción de los consumidores con discapacidad visual con la falta de preparación de los asistentes y la inadecuación de los establecimientos.

Palabras Clave: Persona con Discapacidad Visual; Accesibilidad; Consumidor; Restaurantes; Brasília.

Abstract: This article aims to demonstrate how visually impaired people find it difficult to play their role as costumer in a system that seems to neglect their consumption potential. The analysis of the situation is made under the light of Federal Law 13.146 / 2015, and District

¹ Pós doutora em Turismo Acessível (Departamento de Economia, Universidade de Gran Canária, Espanha), Doutora em Geografia (Universidade Federal de Sergipe), Mestre em Geografia (Universidade Federal de Mato Grosso), Bacharel em Turismo (PUCRS). Professora da área de Turismo, Hospitalidade e Lazer no Instituto Federal de Brasília. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-1791-4883>. **E-mail:** leticia.lima@ifb.edu.br

² Tecnóloga em Eventos (Instituto Federal de Brasília). **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-8462-1661>
E-mail: raquelrodriguescurado@gmail.com

³ Tecnólogo em Eventos (Instituto Federal de Brasília) **ORCID** Id <https://orcid.org/0000-0003-0777-3623>. **E-mail:** luizmendez@gmail.com

Laws 3.634 / 2005 and 4.317 / 2009. Its objective is to analyze the importance of the perception of visually impaired people regarding the consumption environment and the quality of the service offered in the restaurants of the Conjunto Nacional mall, in Brasília. The research is qualitative in nature, with interviews, conducted with visually impaired costumers, followed by discourse analysis. The results show the dissatisfaction of visually impaired costumers with the lack of preparation of the attendants and the inadequacy of the establishments.

Keywords: Visually Impaired Person, Accessibility, Costumer, Restaurants, Brasília.

INTRODUÇÃO

Com o recente desenvolvimento social, econômico e tecnológico da sociedade vem-se tentando empenhar esforços para incluir as pessoas com necessidades específicas e pessoas com deficiência (PCD), nas atividades socioeconômicas em igualdade de direitos e oportunidades.

Com objetivo de redução das desigualdades, em 06 de julho de 2015, foi promulgada a Lei nº 13.146, denominada Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência (EPD), destinada a “assegurar e a promover, em condições de Igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania” (BRASIL, 2015).

O artigo 2º da Lei nº 13.146/2015 define a pessoa com deficiência é aquela que possui “algum impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade” (BRASIL, 2015).

No âmbito do Distrito Federal, duas Leis incluem a necessidade de inclusão dos deficientes visuais por meio da disponibilização do cardápio em Braille. A Lei Distrital 3.634/2005, em seu artigo 1º, determina a obrigatoriedade dos restaurantes e similares adequarem seus cardápios à linguagem Braille, no prazo de noventa dias. Apenas os estabelecimentos denominados “Self Service”, estariam desobrigados desta exigência. Quatro anos depois, foi promulgada a Lei Distrital 4.317/2009, que institui a Política Distrital para a Integração da Pessoa com Deficiência. O inciso III do artigo 73 consta a determinação de se imprimir em Braille os cardápios de restaurantes, bares e similares.

Para entendermos a questão em termos de números, segundo a PDAD - Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, realizada pela CODEPLAN (2018), no Distrito Federal 26,50% da população apresenta algum grau de deficiência visual o que representa o total de 763.691 habitantes. O percentual de pessoas com grande dificuldade de enxergar equivale a 2,70% da população, equivalente a 77.810 pessoas.

Outra pesquisa realizada pela CODEPLAN em 2013, denominada Perfil das pessoas com deficiência no Distrito Federal, demonstra que a faixa etária de maior concentração de pessoas com deficiência visual (PCDV) no DF é de 30 a 64 anos, que compõem 58,66% dessa população, seguidos das pessoas com 18 a 29 anos, com 16,71% e por último aquelas com 65 anos ou mais, com 12,47 %.

Este público significativo, composto por pessoas cegas e de baixa visão, atualmente não tem os seus direitos de consumidores respeitados em sua plenitude. Nesse sentido, algumas ferramentas de acessibilidade podem auxiliar os consumidores com deficiência visual (CCDV) no acesso ao consumo de produtos, serviços de Alimentos e Bebidas, tais como o cardápio em Braille e os aplicativos de leitura e de áudio descrição, como por exemplo o Eyefy e o AdCODE, que podem possibilitar a esses consumidores independência de escolha na hora de fazer uma compra ou um pedido.

Ressalta-se que esta pesquisa não tem objetivo de favorecer nenhuma marca e sim apresentar algumas ferramentas que podem ser utilizadas como suporte para os empresários.

De acordo com o artigo 42 da lei nº 13.146/15 “a pessoa com deficiência tem direito à cultura, ao esporte, ao turismo e ao lazer, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas”. Além disso, este direito tem que ser proporcionado em formato acessível.

Diante do exposto, o objetivo central desta pesquisa é analisar a percepção dos CCDV sobre a acessibilidade nos restaurantes do Shopping Conjunto Nacional, de Brasília, no Distrito Federal.

Para atingir os resultados propostos foram delineados os seguintes objetivos específicos: verificar como é o acesso desse público; analisar quais são as formas de atendimento nos estabelecimentos;; analisar se os restaurantes do Conjunto Nacional oferecem acessibilidade aos cegos; verificar se há disponibilidade do cardápio em Braille, aplicativo em QR Code ou AdCode.

Além disso, este estudo pretende proporcionar uma reflexão acerca da atitude dos empresários que ofertam serviços de alimentos e bebidas no Shopping Conjunto Nacional de Brasília (DF), ao serem questionados sobre o atendimento aos consumidores com deficiência visual. Diante do exposto, o levantamento de informações tem o CCDV como sujeito principal da pesquisa.

Consumidores com Deficiência Visual

O processo de reconhecimento dos direitos das pessoas com deficiência e a sua inclusão tem uma longa trajetória e continua em processo, com avanços e retrocessos. De acordo com a publicação da Fundação Dorina Nowil, “Deficiência visual e o mundo do trabalho: mitos e verdades” este é um panorama das ações nos últimos cem anos:

Ao longo da história, obtêm-se registros da exclusão social das pessoas com deficiência desde a Grécia Antiga, na Idade Média, até o início do século XX. Esses registros indicam que as pessoas com deficiência eram relegadas à própria sorte, totalmente segregadas pela sociedade. Após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), surgiram as primeiras atividades coordenadas reconhecidas como Reabilitação. As instituições deixam de ser vistas como assistencialistas e passam a preparar a pessoa com deficiência para a inclusão no mundo do trabalho, nas escolas e faculdades (JUNG, et al, 2009, p.13 e 14).

Ainda sobre esse processo histórico, Jung et al (2009) esclarece que ao final da Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945), os programas de reabilitação passam a sofrer influências da ONU (Organização das Nações Unidas) que, em 1948, promulgou a Declaração Universal dos Direitos Humanos, afirmando que todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. Em 2006, a ONU aprovou a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, definindo que essas pessoas sejam tratadas como indivíduos capazes não só de exigir seus direitos, mas de tomar decisões como membros ativos da sociedade.

Desde então, a temática que diz respeito à autonomia das pessoas com deficiência vem sendo abordada com veemência. De acordo com o artigo 20 da Convenção, a mobilidade pessoal das pessoas com deficiência deve ser assegurada com a máxima independência possível: a) facilitando a mobilidade pessoal das pessoas com deficiência, na forma e no momento em que elas quiserem, e a custo acessível; b) facilitando às pessoas com deficiência o acesso a tecnologias assistivas, dispositivos e ajudas técnicas de qualidade, e formas de assistência humana ou animal e de mediadores, inclusive tornando-os disponíveis a custo acessível; c) propiciando às pessoas com deficiência e ao pessoal especializado uma capacitação em técnicas de mobilidade; d) incentivando entidades que produzem ajudas técnicas de mobilidade, dispositivos e tecnologias assistivas a levarem em conta todos os aspectos relativos à mobilidade de pessoas com deficiência.

O lento processo de integração e inclusão das pessoas com deficiência passa pela conscientização de outros extratos da população e da opinião pública, para que os direitos conquistados sejam de fato exercidos. No caso específico do direito do consumidor, verifica-se que ele é uma extensão de outras conquistas destes cidadãos, como indivíduos capazes, produtivos, autônomos e inseridos nos processos econômicos e sociais.

Os estudos de Baker et al (2002), com consumidores com deficiência visual, demonstraram que a acessibilidade é um problema relevante. Os pesquisadores ponderam sobre a necessidade de um estudo mais aprofundado com a participação de pessoas com deficiência visual com base em suas necessidades, desta forma os profissionais da área de serviços deveriam estar aptos a operacionalizar com mais eficiência o acesso dos consumidores com deficiência visual a bens e serviços.

Faria e t al (2012) em uma pesquisa realizada no Instituto Benjamim Constant com 203 cegos verificou através de uma escala de níveis a ordem de importância atribuída aos itens mais importantes em um restaurante. Os resultados mostraram que o restaurante ideal para os entrevistados é aquele em que: (1) o menu é lido por um atendente; (2) o atendimento ao cliente é fornecido por funcionários empáticos; (3) a iluminação ambiente e o som é baixo; (4) as mesas são redondas e estão disponíveis; e (5) os funcionários podem ser chamados usando um botão.

No Brasil, no contexto do turismo, hospitalidade e lazer, as pesquisas sobre a temática de acessibilidade para consumidores com deficiência visual ainda são escassas. Todavia, buscou-se no levantamento bibliográfico evidenciar as mais relevantes para contextualizar este artigo.

Os estudos de Silva e Leal (2011) analisam três dos melhores empreendimentos gastronômicos da cidade do Natal, Rio Grande do Norte e o atendimento aos padrões de estrutura física e prestação de serviços necessários para o público de pessoas com deficiência. Embora a investigação não trate exclusivamente de consumidores com deficiência visual, a pesquisa apresenta resultados relevantes analisados através das medições realizadas nos restaurantes com base na NBR 9050 (ABNT, 2015).

Faria e Motta (2012) investigaram os fatores que mais restringem o consumo de serviços de lazer turístico por pessoas com deficiência visual. Os resultados apontam que no setor estudado faltam investimentos em treinamento para que os funcionários da linha de frente estejam capacitados a atender os deficientes visuais de forma adequada. Os pesquisadores ponderam que, para que essa capacitação seja efetiva é preciso que as empresas voltadas para a prestação de serviços compreendam o que realmente é importante para os consumidores com deficiência visual.

Lima et al (2016) em uma pesquisa realizada em Aracaju , Sergipe com 4 (quatro) informantes chaves com deficiência visual formataram um city tour para turistas com deficiência visual. Os pontos turístico elegidos para o city tour foram o Mercado Albano Franco, o Museu da Gente sergipana, a Orla de Atalaia e seus monumentos (estatuas na praia dos Artistas) e a orla pôr do sol, no Mosqueiro.

Mais recentemente, Duarte e Pereira (2017) verificaram a acessibilidade para pessoas com deficiência visual no setor hoteleiro de Brasília. Os resultados demonstram que apenas 2 (dois) dos 20 (vinte) hotéis investigados possuíam cardápio em Braille e que apesar de um número relevante de funcionários se considerarem aptos a receberem pessoas com deficiência visual, verificou-se que não há treinamento para oferecer um serviço de qualidade.

No que concerne a tecnologia, apesar dos grandes avanços, muitas vezes esses recursos não são suficientemente divulgados ou acabam tendo altos custos. Schneider (2017) aponta essa realidade ressaltando que muitas das tecnologias existentes têm um custo elevado e devido à pouca divulgação de tais dispositivos, muitos deficientes visuais desconhecem sua existência. Nesse sentido, a falta de ampla divulgação e os altos custos, por muitas vezes, acabam impedindo os consumidores com deficiência visual de se beneficiarem com tais tecnologias assistivas.

Ferramentas de acessibilidade para CCDV

Em se tratando de produtos no âmbito da tecnologia assistiva verifica-se hoje no mercado uma gama de softwares e aplicativos que tem como objetivo minimizar as barreiras de comunicação e informação para os consumidores com deficiência visual. De acordo com

a Lei 13.146/2015 as barreiras nas comunicações e na informação são 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.

As ferramentas de acessibilidade disponíveis no mercado podem ser denominadas como tecnologias assistivas ou ajuda técnica. Essas ferramentas podem ser produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social (Brasil, 2015).

Existem atualmente no mercado brasileiro algumas ferramentas desenvolvidas para a acessibilidade dos PCDV em bares, restaurantes e similares. A seguir, apresento três soluções encontradas durante a pesquisa:

Caso se opte pelo tradicional cardápio físico em Braille, existem empresas como a Obraille (imagem 1) que disponibiliza o serviço de confecção de cardápios, com entrega para todo o Brasil. O cliente envia o arquivo pela internet e recebe um orçamento. Se decidir contratar os serviços, receberá os cardápios pelos Correios. O site traz também a legislação de diversos estados e municípios brasileiros sobre a obrigatoriedade do uso do cardápio acessível.

Imagem 1: Obraille



Fonte: <http://www.obraille.com.br>

O Eyefy (imagem 2) é um aplicativo que utiliza técnicas avançadas de inteligência artificial e aprendizado de máquina para reconhecer textos e efetuar a leitura deles em voz alta, o que permite maior autonomia não só para pessoas com problemas de visão, como também para aquelas não alfabetizadas.

Imagem 2: Eyefy



Fonte: <https://www.meupositivo.com.br>

O AdCODE (imagem 3) é um aplicativo que tem como objetivo final dar mais autonomia às pessoas com deficiência visual, através do compartilhamento de produtos audiodescritos. Desenvolvido no Distrito Federal, por uma empresa incubada no Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília, neste sistema os cardápios são distribuídos aos audiodescritores, que gravam o áudio e geram uma URL via QR CODE. Assim, o deficiente pode utilizar o seu celular para acessar a descrição dos itens do cardápio. Se houver uma atualização de preços ou de itens, basta gravar um novo áudio e hospedar no mesmo endereço.

Imagem 3: Aplicativo AdCODE



Fonte: <https://adcode.com.br>

Com os exemplos supracitados, verifica-se que a tecnologia avançou muito mais que a legislação nos últimos anos, proporcionando aos consumidores com deficiência visual o uso de diversos aplicativos que utilizando audiodescrição, tornando obsoletos os grandes e pesados cardápios em Braille. Assim, a tendência é que aplicativos desenvolvidos para smartphones facilitarão o acesso e o cumprimento das normas legais que determinam a acessibilidade para o consumidor cego em bares e restaurantes.

Segundo Souza et al (2018) cada produto é projetado de acordo com o perfil do consumidor. O produto precisa promover identificação com o consumidor ao ponto de ele reconhecer-se no produto e comprar a ideia. No entanto, verifica-se que os CCDV ainda são tratados como se não fossem incapazes de consumir e apesar de as pesquisas mostrarem a existência desse público, permanece a ideia de que são eles que devem se adaptar ao varejo e não as empresas que devem se adequar a este segmento de público.

No caso dos restaurantes, os estabelecimentos devem buscar atender às necessidades deste público consumidor. Domingos (2018) retrata essa situação

argumentando que a indústria precisa entender a potencialidade de investir em novas abordagens, mais abrangentes e que se adaptem ao mercado, pois os consumidores são diferentes entre si, com diferentes capacidades, com diferentes gostos e vontades, sendo necessário disponibilizar no mercado produtos que se adaptem também às pessoas com deficiências.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método de abordagem adotado nesta investigação foi o qualitativo com técnicas de pesquisa de campo nos estabelecimentos de alimentos e bebidas do Shopping Conjunto Nacional e análise da percepção do consumidor com deficiência visual. Desta forma, esta opção metodológica apoiou-se na análise de conteúdo, a qual se constitui de várias técnicas onde busca-se descrever o conteúdo emitido no processo de comunicação, seja ele por meio de falas ou de textos (Bardin, 2011).

A escolha deste método de análise pode ser explicada pela necessidade de enriquecimento da leitura por meio da compreensão das significações e pela necessidade de desvelar as relações que se estabelecem além das falas propriamente ditas (Cavalcante et al., 2014).

A seguir, o detalhamento dos referidos procedimentos utilizados:

1. Delimitação da temática e pesquisa bibliográfica: o primeiro passo foi escolher e delimitar o tema, a localização das informações na escola CEEDV - Centro de Ensino Especial de Deficientes Visuais, pesquisar artigos científicos relacionados com a temática do consumidor com deficiência visual. Além disso, optou-se pela leitura e fichamento das legislações: Lei Federal 13.146/2015, as Leis Distritais 3.634/2005 e 4.317/2009, a norma NBR 9050 (ABNT, 2015), como forma de embasamento teórico e citadas nas referências.

2. Elaboração do instrumento de pesquisa: nesta etapa foram elaborados 2 (dois) roteiros de entrevistas: 1. Para restaurantes do shopping Conjunto Nacional; 2. para consumidores com deficiência visual – CCDV.

No roteiro para os restaurantes foram estabelecidas 5 questões semiabertas: cardápio em Braille, QR code, AdCode, Mesa exclusiva para CCDV e relato do gerente.

Para o roteiro de entrevista com os CCDV foram 12 (doze) questões, solicitando as seguintes informações: 1- Idade; 2 - Gênero; 3 - Estado Civil; 4 - Profissão; 5 - Formação; 6 - Onde Mora; 7 - Como e há quanto tempo perdeu a visão; 8 - Como é o atendimento nos restaurantes do Conjunto Nacional; 9 - Como é o acesso ao shopping; 10 - Qual é a dificuldade tem na hora de fazer o pedido; 11 - Tem conhecimento da ferramenta QR Code; 12 - Costuma ir aos eventos do Shopping Conjunto Nacional.

Do total de questões, aquelas 07 (sete) consideradas de perfil socioeconômico foram organizadas no quadro “Perfil dos Entrevistados” e as 05 (cinco) restantes, foram sistematizadas nas seguintes categorias: atendimento, acesso, informação e comunicação, ferramenta de acessibilidade e frequência em eventos.

3. Pesquisa de Campo e coleta de dados: Foram visitados 19 (dezenove) Restaurantes na praça de alimentação do Shopping Conjunto Nacional no dia 19/06/2019.

As entrevistas com CCDV foram realizadas em três ocasiões. No dia 05/06/2019, durante a realização da oficina Ver com os Ouvidos, realizada no IFB – Campus Brasília, no dia 26/06/2019, no Centro de Ensino Especial de Deficientes Visuais - CEEDV e em 08/11/2019, na rodoviária do Plano Piloto de Brasília. No total foram entrevistados 05 (cinco) CCDV.

Ressalta-se que nesta etapa, a principal dificuldade na realização das entrevistas foi a de localizar os CCDV, sendo necessário aproveitar a realização de eventos no IFB e no CEEDV para a realização dos depoimentos.

4. Análise dos resultados

Nesta etapa considerou-se os passos de Santos (2013), o qual argumenta que a pesquisa estruturada deve ser programada e estar de acordo com os objetivos da pesquisa, sendo utilizada a análise de discurso, ou seja, a interpretação dos dados e “qualquer que seja o tipo de entrevista, deve haver um planejamento prévio, obtenção dos dados em conformidade com objetivos do trabalho” SANTOS (2013, p.261).

Para tanto, as respostas foram transcritas e em seguida sistematizadas em 3 (três) quadros. Por razões éticas, o nome dos estabelecimentos comerciais bem como dos entrevistados CCDV foram preservados, sendo os mesmos identificados apenas por suas iniciais.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

Quanto à pesquisa realizada em 19 (dezenove) restaurantes do Shopping Conjunto Nacional verificou-se se o estabelecimento tinha o cardápio em Braille, QR CODE ou outra ferramenta de tecnologia para dar acesso ao conteúdo do cardápio, além de mesa próxima e exclusiva para CCDV. A abordagem foi feita com a seguinte pergunta para o gerente ou funcionário responsável pelo estabelecimento: “Gostaria de comemorar o aniversário de uma pessoa cega e estou pesquisando qual restaurante tem melhor acessibilidade. Seu restaurante possui cardápio em Braille ou outra forma de acessibilidade para consumidores com deficiência visual?”.

Seguem abaixo no quadro 1 as respostas obtidas:

Quadro 1 - Restaurantes pesquisados, 2019.

Restaurante	Cardápio em Braille	QR CODE	Ad CODE	Mesa Exclusiva para CCDV	Relato do gerente ou responsável
S	Não tem	Tem	Não tem	Tem	Não tem cardápio em Braille
ST	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	A comida fica exposta. Self Service. Não tem cardápio.
BK	Não tem	Tem	Não tem	Tem	A equipe está disposta a ajudar caso chegue uma pessoa cega
SP	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Não tem cardápio em Braille
FG	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Não pensou no assunto
PH	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Disponibilizou o garçom
SW	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Só tem o letreiro e não tem cardápio. O garçom se propõe a servir.

DV	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Não opinou.
MD	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Filial recém-inaugurada. Só tem painel eletrônico.
B	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	O atendente fala as ofertas.
GH	Não tem	Tem	Não tem	Tem	A equipe está disposta a ajudar caso chegue uma pessoa cega
DN	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Não tem cardápio em Braille
C	Tem	Não tem	Não tem	Tem	Está desatualizado. O cardápio em Braille é de 2010.
VC	Tem	Não tem	Não tem	Tem	Tem o cardápio em Braille, mas não tem o preço dos pratos.
PP	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	O garçom se propõe a servir.
PE	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Achou interessante a proposta do cardápio em Braille. Iria falar com o patrão.
MK	Tem	Não tem	Não tem	Tem	Está desatualizado. O cardápio em Braille é de 2016. Não tem preços e faltam alguns pratos.
Q	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	O atendente fala as ofertas para o cliente.
VD	Não tem	Não tem	Não tem	Tem	Self Service. O atendente está disposto a ajudar, caso chegue uma pessoa cega

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

A análise do quadro 1 demonstra a baixa adequação dos estabelecimentos do centro comercial à legislação Distrital e Federal que rege a matéria. Apenas 03 (três) dos estabelecimentos abordados disponibilizam o cardápio em Braille. No entanto, destes 02 (dois) estão desatualizados há vários anos e o restante não traz os preços dos itens do cardápio. O número baixo de adesão, de aproximadamente 15,8%, sinaliza que a fiscalização do PROCON DF e a própria administração do centro comercial não levam esse item em consideração.

Quanto ao uso da tecnologia QR CODE, apenas 0,3% dos estabelecimentos afirmam utilizá-la. No entanto, verifica-se que o sistema AdCODE é totalmente ignorado pelos gestores dos estabelecimentos comerciais.

Os resultados obtidos demonstram que são cumpridos apenas requisitos genéricos de acessibilidade, como as mesas preferenciais, não havendo uma preocupação específica com as demandas dos deficientes visuais como consumidores. Apenas medidas atitudinais

paliativas, como o auxílio de atendentes, são oferecidas como solução para as necessidades de acesso para este público consumidor.

De acordo com a legislação Federal e Distrital vigente, os restaurantes, bares e similares são obrigados a oferecer cardápios em Braille para atender os clientes com deficiência visual. Nas entrevistas com os deficientes ficou bem clara a insatisfação com a disponibilização deficiente das informações, já que quase não há acesso ao cardápio em Braille e ainda não existe a audiodescrição dos cardápios. Observou-se que nem todos os cegos utilizam o cardápio em Braille e quando ele é disponibilizado, não traz os preços ou está desatualizado.

É necessário colocar no mercado produtos que se adaptem também às pessoas com deficiência, (DOMINGOS, 2018, p.15). Diante disso, ficou clara a importância do cardápio, piso tátil e o garçom precisa receber um treinamento para melhor atender essas pessoas. É sim conhecer de perto como eles gostariam e deveriam ser tratados. Com o uso da tecnologia a alternativa de ter cardápio em audiodescrição, facilitaria e muito, e com certeza até quem enxerga gostaria de usar. Um dos entrevistados relatou ainda a falta de empatia por parte dos atendentes. Falta ainda um atendimento mais humanizado e sensível.

Na praça de alimentação foram encontradas mesas para CCDV, com etiquetas indicando a reserva para esse público. No entanto, verificou-se que os estabelecimentos não estão cumprindo a legislação nos requisitos em conformidade com o Art. 3º da Lei 13.146/2015, principalmente no seu inciso IV, que trata das barreiras.

Existem obstáculos referentes às barreiras nas comunicações e na informação devido ao fato dos CCDV não terem fácil acesso ao cardápio e à divulgação dos eventos do Shopping Conjunto Nacional. Também foi constatado dificuldades referentes às barreiras atitudinais, verificado durante as entrevistas, que há falta de empatia e sensibilidade por parte dos atendentes dos restaurantes.

No que se refere às entrevistas realizadas com os CCDV, o quadro 2 demonstra o perfil dos entrevistados.

Quadro 2 - Perfil dos entrevistados

Nº	Idade	Gênero	Formação	Profissão	Estado Civil	Residência	Motivo da perda da visão/tempo
P	34	M	Comunicação Social com Habilitação em publicidade e propaganda. Pós Graduado em Áudio Descrição	Consultor e Sócio da empresa Cinema Cego	Casado	Santo Antônio	Perdeu a visão aos três meses de idade, devido a um choque térmico.
A	59	M	Cursando Pós-graduação em Gestão Pública	Massoterapeuta há 10 anos	Casado	Sobradinho	Perdeu a visão por glaucoma há 13 anos
C	58	F	Cursando Graduação em Gestão pública	Acupunturista	Solteira	Asa Norte	Perdeu a visão por doença há 17 anos
M	22	M	Cursando Graduação em Ciências Políticas na UNB	Estudante	Solteiro	Vicente Pires	Perdeu a visão aos 10 anos de idade por um descolamento de retina
MJ	55	F	Ensino Médio	Massoterapeuta	Solteira	Paranoá	Nasceu cega apenas de um olho. Perdeu

	deixando a desejar	uma brigada maior.	ção de informações. Não tem cardápio online.		não saber da sua realização
MJ	Não tem pessoal preparado, fala muito rápido.	É complicado o acesso porque não tem piso tátil. Fica esperando alguém ajudar.	Fica um tempão esperando pra alguém auxiliar	Conhece a ferramenta AdCODE.	Não vai aos eventos, devido à falta de piso tátil.

Fonte: coleta de dados, 2019.

Em relação às questões categorizadas realizadas durante a entrevista, percebe-se um elevado grau de insatisfação quanto à acessibilidade física, como falta de piso tátil e de acessibilidade atitudinal por meio do público e da equipe do centro comercial. O atendimento nos restaurantes também é relatado majoritariamente como insatisfatório, graças à falta de empatia dos atendentes e à falta de cardápio acessível nos estabelecimentos. Apenas dois entrevistados relataram conhecer a tecnologia QR CODE e o sistema AdCODE de audiodescrição. A maioria também relatou não participar dos eventos realizados no Shopping Conjunto Nacional

Os resultados da presente pesquisa mostram que são os estabelecimentos que precisam se adequar às normas exigidas pelas leis em vigência e não os CCDV se adaptar aos estabelecimentos de alimentos e bebidas. Conforme relato dos CCDV entrevistadas, há um grande descontentamento, com as questões básicas tais como a colocação de pisos táteis no Shopping e a acessibilidade atitudinal.

Verifica-se que o uso de cardápios em Braille, e outras tecnologias como plataformas acessíveis poderiam melhor atender esse público consumidor. No entanto, esse cenário somente será transformado com a conscientização da opinião pública e pela efetiva fiscalização pelos órgãos públicos, além de treinamento e preparo das equipes dos estabelecimentos para melhor atender esse segmento de consumidor.

No que se refere aos eventos realizados no Shopping Conjunto Nacional constatou-se que entrevistados CCDV não tem o hábito de frequentarem os mesmos. Os motivos são expostos são o barulho e a divulgação não ser em formato acessível. Sobre este ultimo aspecto ressalta-se que hoje estão disponíveis no mercado tecnologias gratuitas que auxiliam na produção de materiais de divulgação em formatos acessíveis, tais como convites audiodescritos, podcasts e até mesmo um simples áudio gravado e enviado aos consumidores com deficiência visual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo foi possível verificar que os estabelecimentos podem contribuir com o desenvolvimento de um cardápio em Braille ou uma ferramenta de audiodescrição dos cardápios, para favorecer a autonomia das pessoas com deficiência visual, no momento de fazer o seu pedido.

O público de consumidores com deficiência visual necessita sentir-se valorizado pelo mercado de serviços, pois é um cidadão que consome e paga as suas contas e impostos . A pesquisa mostrou que mudanças são necessárias para que ocorra a inclusão, e não se restringe aos estabelecimentos, mas que diversos setores da sociedade se conscientizem e estejam capacitados para contribuir para a inclusão destas pessoas.

O estudo permitiu a busca de alternativas para a melhoria dos serviços prestados nos estabelecimentos localizados em shoppings para que estejam em conformidade com a Lei

13146/2015, uma vez as pessoas com deficiência visual devem ter os seus direitos de consumidor respeitados, já que existem ferramentas e tecnologia disponíveis para atender a esse segmento de mercado.

Por fim, ressalta-se a relevância deste estudo no sentido de chamar a atenção dos empresários para que os restaurantes ajustem seus cardápios tornando-os acessíveis para consumidores com deficiência visual, uma vez que nem sempre eles vão acompanhados de seus parentes ou amigos sem deficiência visual. Na maior parte das ocasiões vão sozinhos, necessitando, portanto, ter autonomia e receber um melhor atendimento, com boas ferramentas de acesso.

Para tanto, faz-se necessária a sensibilização e capacitação dos lojistas em conjunto com as entidades representativas dos deficientes visuais, os desenvolvedores de tecnologias assistivas, o SEBRAE, a Federação do Comércio do Distrito Federal e as empresas administradoras destes centros comerciais. Este trabalho se faz necessário não só pela inclusão dos CCDV, como também pelo incremento de receita que pode ser gerado.

REFERÊNCIAS

Ad code (2019). Ferramenta AD Code Universidade de Brasília - UNB Edifício do CDT - Sala 36/37- Asa Norte - Brasília-DF. Recuperado de <https://www.adcode.com.br/?pag=1000>

Almeida, I. B. M. S. S., Lucian, R. & Abreu, N. (2018). **Sensorial merchandising: um eTemperimento no varejo de moda para inclusão de consumidores cegos.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 8, n.1, p. 126-148. Recuperado de <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/983>

Bardin, L. (2011) L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70.

Baker, S., Stephens, D., and Hill, R. (2002), "How can retailers enhance accessibility: giving consumers with visual impairments a voice in the marketplace", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 9, pp.227-239.

Brasil (2015). Abnt/Nbr 9050. Associação Brasileira de Normas técnicas. Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro.

Brasil (2015). Lei 13.145/2015. Lei brasileira de Inclusão da pessoa com deficiência. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm.

Cavalcante, R. B., Calixto, P., & Pinheiro, M. M. K. (2014). Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. Informação & Sociedade: Estudos, 24 (1), p. 13-18. Recuperado de <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/10000>

Codeplan (2018). Companhia de planejamento do Distrito Federal. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD 2018. Recuperado de http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2019/03/PDAD_DF-Grupo-de-Renda-compactado.pdf

Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (2011). Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Protocolo Facultativo à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: decreto legislativo nº 186, de 09 de julho de 2008: decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. -- 4. ed., rev. e atual. – Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência.

Distrito Federal (2005). Lei Distrital 3.634/2005. Dispõe sobre a adequação dos cardápios de restaurantes e similares à linguagem braile. Recuperado de http://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/51561/Lei_3634_28_07_2005.html

_____. Lei Distrital 4.317/2009. Institui a Política Distrital para Integração da Pessoa com Deficiência, consolida as normas de proteção e dá outras providências. Recuperado de http://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/60186/Lei_4317.html

Domingos, A. F. F. (2018). A utilização de equipamentos e sistemas por pessoas com deficiência visual. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Arte, Universidade de Lisboa). Recuperado de <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/35017>

Duarte, D.C. & Pereira, J. C. R. (2017). Acessibilidade para Pessoas com Deficiência Visual: um Levantamento Preliminar nos Setores Hoteleiros Sul e Norte de Brasília. Revista Cenário, Brasília, v.5, n.9, p. 64 – 82.

Faria, M D.& Motta, P. C. (2012) Pessoas com Deficiência Visual: Barreiras para o lazer turístico. Brasil, Revista Turismo em Análise, v. 23, n. 3, p. 691-717.

Faria, M. D., Ferreira da Silva, J. and Brantes Ferreira, J. (2012), "The visually impaired and consumption in restaurants", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 24 No. 5, pp. 721-734. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/09596111211237264>

Jung, T. M. A. (2009). Deficiência visual e o mundo do trabalho: mitos e verdades. São Paulo: Fundação Dorina Nowill para Cegos, p.13-14.

Lima, L.B.B M.; Santos, D. S.; Lima, A. da C.(2016). City tour for visual disabilities in Aracaju, Sergipe, Brazil. Spring Symposium on Challenges in Sustainable Tourism Development, Gran Canaria Island, Spain.

Santos, I. E. dos (2013) Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica. Niterói, RJ: Impetus.

Schneider, J., Ramirez, A. R. G. & Célio O, T. (2017). Etiquetas têxteis em braile: uma tecnologia assistiva a serviço da interação dos deficientes visuais com a moda e o vestuário. Revista Estudos em Design, v.25, n. 1, p.68-85. Recuperado de <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/435>

Silva, I. C. & Leal, S. R. (2011) Acessibilidade: visita técnica a três dos melhores restaurantes de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. Revista Turismo & Sociedade. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 343-362. Recuperado de <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/24767/16605>

Recebido em: 03/01/2020 - Aprovado em: 20/01/2020