



Alexandre Souza da Silva

O consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração da PUC-Rio

Orientador: Prof. Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa

Rio de Janeiro
Abril de 2021.



Alexandre Souza da Silva

O consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof. Luís Alexandre Grubits de Paula Pessôa

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Marcus Wilcox Hemais

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof^a. Letícia Moreira Casotti

Instituto COPPEAD de Administração – UFRJ

Rio de Janeiro, 29 de abril de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Alexandre Souza da Silva

Bacharel em Direito pela PUC-Rio (2013) e em Ciências Contábeis pela UFF (2017). Licenciado em Turismo pela UFRJ (2020). Servidor Técnico em Educação na UFRJ, Advogado, Contador e Guia de Turismo.

Ficha Catalográfica

Silva, Alexandre Souza da

O consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos / Alexandre Souza da Silva ; orientador: Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa. – 2021.

71 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2021.

Inclui bibliografia

1. Administração - Teses. 2. Consumo de lazer. 3. Consumidores surdos. 4. Cultura surda. 5. Consumo e cultura. 6. LIBRAS. I. Pessoa, Luís Alexandre Grubits de Paula. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

À minha mãe, Joilma, pilar central que sempre reconheceu o valor dos estudos me oferecendo todo o suporte para que eu pudesse chegar o mais longe que quisesse

Agradecimentos

A Deus, em primeiro lugar, força que me faz acreditar que tudo pode ser melhor.

Ao meu pai Cícero (*in memoriam*), o maior reconhecedor do papel da educação.

Aos meus colegas de turma, pois cada um, à sua maneira, é parte deste resultado.

Ao Marcelo Jucá Quintão, especialmente, pela amizade e parceria durante o curso.

À Leila Martinho, pelo acolhimento, carinho e incentivo desde o princípio.

À Laís Rodrigues, pela inspiração de sempre podermos escolher novos caminhos.

Aos companheiros do grupo Orientandos, pelo carinho e pelo exemplo a seguir.

Às professoras Alessandra Baiocchi, Bárbara Levy e Mila Desouzart, pelas trocas e frutíferas experiências do ofício docente.

Às professoras Ana Heloísa Lemos e Alessandra Costa, pelo ensinar tão generoso.

Ao professor Jorge Brantes, especialmente, por todo crescimento e incentivo.

À professora Angela da Rocha, pela segurança que aprendi a ter em suas lições.

Ao professor Luís Hor-Meyll, pela compreensão na fase mais difícil desta estrada.

À Gisele e à Teresa, por todo carinho e paciência ao longo de todo o curso.

Ao Jorge e à Dilma, pela aposta em mim e pela oportunidade desde a graduação.

Ao IAG, pelo acolhimento e suporte nesse recomeço na minha amada PUC-Rio.

À PUC-Rio, minha *Alma Mater*, por me conceder a bolsa de isenção de taxas.

Aos intérpretes Daniel Lima, minha voz e meu guia neste universo da cultura surda, e Marcos Henrique, parceiro essencial à acessibilidade na defesa deste trabalho.

Às famílias entrevistadas, pelo acesso às suas intimidades essencial a este estudo.

À comunidade surda, por me fazer enxergar o mundo real em sua pluralidade.

Ao Agnaldo Fernandes, pelo apoio e pela concessão do afastamento para estudo.

Aos amigos, por segurarem minha mão nas horas mais difíceis e pela fé de que tudo daria certo: Aline Sá, Carlos Oliveira, Patrícia Garcia e Vinício Santos, e as agora companheiras de doutorado: Dayane Piccoli, Michelle Pacheco e Priscila Amaral.

Aos professores da banca Letícia Casotti e Marcus Hemais, pela disponibilidade e pelas contribuições tão generosas e afáveis na avaliação deste trabalho.

Ao meu orientador, professor Luís Pessôa, especialmente, exemplo de profissional que desejo ser e que me guiou com toda compreensão, tranquilidade e maestria.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Silva, Alexandre Souza da; Pessôa, Luís Alexandre Grubits. **O consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos**. Rio de Janeiro, 2021. 71p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

No Brasil, 9,7 milhões de indivíduos são pessoas com deficiência auditiva em algum grau (IBGE, 2010). O ser surdo é uma característica que compõe a identidade da pessoa surda, sendo pela perspectiva cultural “uma comunidade que tem uma única língua, códigos culturais diferentes dos da comunidade não surda, seus próprios eventos e conferências, e estruturas culturais e de lazer” (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020). A surdez não apresenta uma característica visual ou comportamental que a torne facilmente identificável, dependendo da comunicação direta para ser percebida. Na prática, o mercado acaba ignorando as necessidades específicas desse público, o que limita suas práticas de consumo. Além disso, escassos são os estudos que tenham como foco o consumo de surdos. Este trabalho teve por objetivo descrever as barreiras e limitações encontradas por duas famílias do Rio de Janeiro chefiadas por casais surdos em suas práticas de consumo de lazer, buscando identificar as escolhas de lazer realizadas, analisar essas práticas de consumo a partir de suas experiências e categorizá-las. Foram realizadas entrevistas em profundidade semiestruturadas com o suporte de um tradutor-intérprete de língua de sinais de LIBRAS-Português. A análise dos dados resultou na classificação dos interesses de lazer em categorias, como: intelectuais, físicos, turísticos e sociais. Observou-se a comunicação como componente da identidade surda relevante nas práticas e experiências de consumo e a necessidade de que políticas de acessibilidade sejam pensadas por indivíduos de cada tipo de deficiência para serem efetivas. Este trabalho contribui para a discussão de uma metodologia de estudos com pessoas surdas em Administração, bem como destaca a necessidade de estudos com surdos enquanto consumidores.

Palavras- chave

Consumo de Lazer; Consumidores Surdos; Cultura Surda; Consumo e Cultura; LIBRAS

Abstract

Silva, Alexandre Souza da; Pessoa, Luís Alexandre Grubits (Advisor). **Leisure consumption of families headed by deaf couples**. Rio de Janeiro, 2021. 71p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

In Brazil 9.7 million people have hearing impairment to some degree (IBGE, 2010). The deaf being is a characteristic that makes up the identity of a deaf person. From the cultural perspective, it's "a community that has a unique language, different cultural codes from the hearing community, its own events and conferences, and cultural and leisure frameworks" (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020). Deafness does not have a visual or behavioral characteristic that makes it easily identifiable, as it depends on direct communication to be perceived. In practice, the market ignores the specific needs of this public which limits its consumption practices. In addition, there are few studies that focus on the consumption of deaf people. This work aimed to identify barriers and limitations faced by two families in Rio de Janeiro headed by deaf couples in their leisure practices, in order to identify how they make their leisure choices, to analyze these consumption practices from their experiences and to categorize them. Semi-structured in-depth interviews were conducted with the support of an interpreter of LIBRAS sign language to Portuguese. The analysis of the data resulted in the classification of leisure interests in categories, such as: intellectual, physical, tourist and social. Communication was observed as a relevant component of deaf identity in consumption practices and experiences and accessibility policies must be designed by disabled people of each sort of disability to become effective. This work contributes to the discussion of a methodology of studies with deaf people in Administration, as well as highlights the need for studies with deaf people as consumers.

Keywords

Leisure Consumption; Deaf Consumers; Deaf Culture; Consumption and Culture, LIBRAS

Sumário

1 O problema	11
1.1. Introdução	11
1.2. Objetivo	13
1.3. Delimitação do estudo	14
1.4. Relevância do estudo	14
2 Referencial teórico	16
2.1. O consumo e a cultura surda	16
2.2. Barreiras e limitações no consumo de surdos	19
2.3. O consumo de lazer e as pessoas surdas	21
3 Metodologia	25
3.1. Tipo de pesquisa	25
3.2. Seleção dos sujeitos de pesquisa	26
3.3. Descrição dos sujeitos de pesquisa	28
3.4. Procedimentos e Instrumento de Coleta de Dados	30
3.5. Tratamento dos dados	32
3.6. Limitações do estudo	33
4 Análise e Interpretação dos Resultados	34
4.1. O filho surdo de família ouvinte	34
4.2. As funções do lazer	35
4.3. O lazer com interesses intelectuais	36
4.4. O lazer com interesses físicos	39
4.5. O lazer com interesses turísticos	40
4.6. O lazer com interesses sociais	45
5 Conclusão	53
5.1. Sugestões e recomendações para novas pesquisas	63

6 Referências Bibliográficas	64
Apêndice	71

*No presente, a mente,
o corpo é diferente.
E o passado é uma roupa
que não nos serve mais.*
Belchior, 1976

1 O problema

Esse capítulo volta-se à apresentação do tema do estudo que se pretende desenvolver. Assim, apresenta-se o problema que suscitou a proposta de investigação e o respectivo objetivo de pesquisa. Na sequência, são informadas a relevância e a delimitação do estudo.

1.1. Introdução

A Organização Mundial da Saúde (OMS) estimou que, aproximadamente, 466 milhões de pessoas viviam com algum grau de deficiência auditiva no mundo, em 2018, o que representava 6,1% da população mundial (OMS, 2018). Além disso, projeções da Organização apontam um crescimento desse quantitativo para 630 milhões de pessoas, em 2030, chegando a mais de 900 milhões de pessoas até 2050 (DAVIS; HOFFMAN, 2019).

No Brasil, o último censo demográfico (2010) estimou a população do país em aproximadamente 190 milhões de pessoas. Desse total, 9,7 milhões de indivíduos são pessoas com deficiência auditiva em algum grau, sendo que aproximadamente 1,8 milhão de pessoas (18,5%) apresentam grau severo de comprometimento da audição, e quase 350 mil pessoas (3,5%) apresentam surdez total (IBGE, 2010).

A surdez vista por um olhar clínico-terapêutico é tratada como uma deficiência segundo um parâmetro de normalidade, um problema de audição a ser tratado. Por outro lado, pela perspectiva socioantropológica, a surdez é uma diferença cultural e linguística (SKLIAR; MASSONE; VEINBERG, 1995; SKLIAR, 1997; BISOL; SIMIONI; SPERB, 2008).

A pessoa surda convive com um mundo à sua volta sem qualquer referência sonora que a permita participar efetivamente daquela cultura compartilhando de suas referências, bem como da língua oral utilizada. Nesse sentido, crianças que nascem surdas e vivem cercadas por pessoas ouvintes que se comunicam com elas apenas oralmente podem se sentir isoladas (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020).

Essa barreira na comunicação dificulta a interação das pessoas surdas com as pessoas não surdas, o que pode levar a uma perda de qualidade nos processos

de compra e de consumo de clientes surdos. Entretanto, não significa que se caracterize como uma impossibilidade de consumo, a depender da natureza e do uso do bem ou serviço. A surdez não impacta a necessidade de outros estímulos sensoriais no consumo, como a escolha de vestuário ou a preferência por alimentos, que são vinculadas, respectivamente, aos sentidos da visão e do paladar.

No caso dos produtos que utilizam informações sonoras para seu consumo, as barreiras na comunicação podem trazer limitações que impactam na experiência de consumo. Atividades mediadas como os museus, peças teatrais, sessões de filmes nacionais são exemplos de atividades de lazer que podem não ser agradáveis ao consumo de pessoas surdas.

Na prática, até mesmo viagens de avião podem ser excludentes desde as instruções no aeroporto escritas inclusive em língua inglesa, o que as torna acessíveis a estrangeiros ou não usuários da língua oficial do país, por exemplo, mas sem a disponibilidade de língua de sinais, passando por situações como trocas de portão de embarque anunciadas em alto falante e não atualizadas nos painéis de voos até as instruções da comissaria de bordo por gestos associados à narração sonora dos procedimentos de segurança, não sendo oriundos ou relacionados a uma língua de sinais.

O Estatuto da Pessoa com Deficiência (lei nº 13.146/2015 – Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência) reforçou a promoção da inclusão social e da cidadania das pessoas com deficiência visando assegurar o exercício de seus direitos. Apesar disso, a noção de acessibilidade na própria lei é muito associada à ideia de espaço e mobilidade. Por isso, as políticas de acessibilidade não são necessariamente pensadas para atender as múltiplas deficiências e acabam sendo criadas para pessoas com deficiência, de modo geral, o que traz um tratamento homogêneo a condições e necessidades distintas.

A surdez é percebida na comunicação direta com a pessoa surda. Ela não apresenta uma característica visual ou comportamental que a torne facilmente identificável. Assim, uma pessoa surda pode utilizar um transporte coletivo, andar na rua, frequentar um supermercado, ir a um consultório médico e, desde que não utilize qualquer aparelho auditivo, não será percebida enquanto pessoa surda até que precise interagir com outra pessoa não surda. Essa característica invisibiliza as especificidades desses indivíduos em termos de inclusão e o deixam isolado do mundo ouvinte que o cerca.

É fundamental que pesquisadores de marketing busquem a compreensão do modo como as pessoas com deficiência interpretam e reagem ao ambiente no

qual estão inseridas, sendo possível, desse modo, favorecer um movimento de mitigação das barreiras e limites ao seu consumo (PORIA; REICHEL; BRANDT, 2011; SHI; COLE; CHANCELLOR, 2012; FARIA; SILVA; FERREIRA, 2017).

O estudo realizado por Faria (2015) aponta que, na literatura internacional, esses indivíduos são tratados como representantes de um mercado pouco explorado, trazendo preocupação acadêmica com a questão, conforme Burnett (1996), Smith (2005), Todaro (2005), Van Harten *et al.* (2007), Crosier e Handford (2012) e Mcclimens e Hyde (2012).

No Brasil, a autora aponta que ainda são escassos os estudos que focam nas pessoas com deficiência enquanto consumidores, como Meira, Amaro e Almeida (2009), Faria e Carvalho (2010), Faria, Ferreira e Carvalho (2010); Faria e Motta (2010), Pinto e Freitas (2011), Faria, Silva e Ferreira (2012), Damascena, Melo e Batista (2012), indicando autores como Santos (2008) e Moreira *et al.* (2009) que encaminham a necessidade de esforços de pesquisas acadêmicas que tenham como foco as pessoas com deficiência.

A partir das sugestões de estudos de Faria (2015), que se dedicou ao consumo de pessoas com síndrome de *down* e suas famílias, e de consultas a bases de dados acadêmicos (*Spell*, *Scielo* e *Google Scholar*) percebemos a quase ausência de estudos acadêmicos que se debrucem sobre o consumo de pessoas surdas, o que perdura o desconhecimento acerca desses consumidores quanto a seu comportamento, suas necessidades, seus gostos, seus interesses etc. É essencial a realização de estudos qualitativos que possam, antes de tudo, descrever esse grupo em suas características sociológicas e motivacionais de modo a compreender seu comportamento de consumo.

1.2.Objetivo

Este trabalho pretende contribuir para a descrição das barreiras e limitações ao consumo de lazer de pessoas surdas, a partir da resposta ao seguinte questionamento: **“Quais as barreiras e limitações encontradas por famílias chefiadas por casais surdos em suas práticas de consumo de lazer?”**. Para tal, parte-se da análise e discussão sobre os relatos de experiências de duas famílias do Rio de Janeiro chefiadas por casais surdos acerca de situações em que o consumo de serviços de lazer sofreu impactos em sua execução decorrentes de uma barreira comunicacional existente.

1.3. Delimitação do estudo

Este estudo volta-se à questão do consumo de lazer de pessoas surdas em seus contextos familiares sob o ponto de vista específico da cultura surda. Tal ângulo de análise se mostra interessante e importante porque dialoga com os estudos de Marketing sobre a cultura do consumo de grupos vulneráveis, sendo relevante para a descrição cultural e comportamental desse grupo específico de consumidores surdos, que ainda carece de estudos de Administração e Marketing que tratem de sua realidade, a qual depende de que esses sujeitos estejam em seu lugar de fala para expressar seus sentimentos, gostos, interesses, anseios, frustrações e motivações (PINTO; BATINGA; ÁSSIMOS; ALMEIDA, 2016; OZANNE; MICK; PECHMANN; PETTIGREW, 2015; MICK; PETTIGREW; PECHMANN; OZANNE, 2012; LUKASZEWSKI; STONE, 2012; OZANNE; DOBSCHA, 2006).

Além disso, a escolha pelo consumo de lazer se pautou pela característica de serem atividades com maior nível de interação entre pessoas, estimulando a necessidade de comunicação, situação em que o contato direto se torna inevitável deixando evidente a condição de pessoa surda, o que sugere uma maior possibilidade da ocorrência de limitações e barreiras que afetem o consumo desses indivíduos.

Embora relevante, não se pretende tratar da questão de comportamento do consumo sob o foco da Escola de Comportamento do Consumidor já que tal perspectiva tem sua origem em uma perspectiva mais econômica permeada por um diálogo com a psicologia social (JONES; SHAW; MCLEAN, 2010).

Nosso estudo tem foco nas características culturais e a influência por elas exercidas no comportamento dos sujeitos, particularmente no caso da cultura surda que permanece insipiente nos estudos sobre o consumo desse público.

1.4. Relevância do estudo

Em levantamento de estudos de pesquisas transformativas do consumo no Brasil (abordagem que dialoga com a perspectiva desta pesquisa), Pinto *et al.* (2016) verificaram a ocorrência de quinze publicações, no período entre 2008 e 2016, não havendo qualquer delas que tratasse do consumo de pessoas surdas de bens ou serviços de qualquer natureza (PINTO; BATINGA; ÁSSIMOS; ALMEIDA, 2016).

Coelho e Abreu (2017) apontam para a necessidade de realização de mais estudos sobre o comportamento de consumo de pessoas com deficiência, especialmente quanto à necessidade de estudos sobre pessoas surdas, dada a carência de estudos que se dediquem a esse público (COELHO; ABREU, 2017).

Nos últimos cinco anos, os estudos no exterior que relacionam o marketing e o consumo de pessoas com deficiência totalizaram sete e foram desenvolvidos por McMillen (2017), Cloquet *et al.* (2018), Dubost (2018), Taylor *et al.* (2019), Beudaert (2020), Darcy *et al.* (2020) e Low (2020). Apenas três deles, McMillen (2017), Dubost (2018) e Beudaert (2020) trataram de questões sobre o consumo de surdos.

No Brasil, doze estudos associaram o marketing e o consumo de pessoas com deficiência, que foram Lacerda *et al.* (2016), Pinto *et al.* (2016), Coelho e Abreu (2017), Faria e Casotti (2017), Faria, Silva e Ferreira (2017), Felizardo Jr. *et al.* (2018), Silva (2018), Ferreira *et al.* (2019), Conrad *et al.* (2019), Borges *et al.* (2020), Barreto *et al.* (2020) e Koehler e Schütz (2020). Os consumidores surdos aparecem apenas no estudo realizado por Lacerda *et al.* (2016).

Neste contexto, o presente estudo apresenta relevância ante a carência de estudos na área da Administração e Marketing sobre o consumo de surdos, bem como pela utilidade do conhecimento sobre o comportamento desse grupo vulnerável a partir das questões culturais e necessidades comunicativas que possuem, propondo-se a estudar as experiências vividas que podem sugerir a possibilidade de as barreiras e limitações enfrentadas terem a motivação no desconhecimento pelo mercado sobre esse público, o que pode possivelmente ser experimentado por outros surdos, além de nossos sujeitos de pesquisa.

Nosso problema de pesquisa pretende apresentar discussões relevantes aos pesquisadores de Administração em suas reflexões e no desenho de suas pesquisas futuras quando tiverem indivíduos surdos como sujeitos de pesquisa, especialmente no que tange à coleta de dados, dadas as características de comunicação específicas dessa população.

Por fim, este estudo pretende provocar reflexões úteis aos responsáveis pela concepção de políticas de acessibilidade, tanto no âmbito das políticas públicas quanto no âmbito das políticas de serviços, a fim de demonstrar a necessidade de ir ao público-alvo e conhecê-lo mais de perto, sendo imprescindível que suas falas sejam o documento básico para orientar e tornar efetivas as práticas que se pretendam inclusivas.

2 Referencial teórico

Neste capítulo são discutidos aspectos teóricos e estudos relacionados ao tema de investigação. Esta seção está dividida em três partes e abordam, respectivamente, na primeira seção, a questão do consumo e da cultura de pessoas surdas para contextualizar o problema de pesquisa, o conceito de significado do consumo segundo McCracken (2003) e suas implicações para a identidade cultural, bem como a perspectiva sociocultural segundo Lambez *et al.* (2020) e suas implicações para a definição do ser surdo e da comunidade surda.

Na segunda seção discutem-se as questões de barreiras e limitações no consumo de pessoas com deficiência auditiva à luz de alguns estudos realizados sobre a situação de vulnerabilidade desses indivíduos em um mundo que não foi constituído considerando sua existência tampouco suas necessidades.

Por fim, a última seção deste capítulo apresenta o consumo de lazer de pessoas surdas partindo do conceito de lazer preconizado por Dumazedier (1979) e ampliado pelos estudos de Camargo (2003), com o propósito de subsidiar as categorias de análise previamente estabelecidas pela literatura que nortearão a análise dos dados oriundos do campo.

2.1. O consumo e a cultura surda

O ato de consumir é repleto de significação, estando associado ao comportamento do indivíduo, o qual se identifica com um ou mais grupos sociais com os quais sinta afinidade e tenha o sentimento de pertencimento. O consumo está ligado ao significado que o bem ou serviço tem para quem o consome. É importante notar que existe a expressão de uma identidade cultural no consumo. McCracken (2003, p. 99) comenta que “*os bens de consumo têm uma significação que vai além de seu caráter utilitário e de seu valor comercial*”, e anuncia que:

há uma trajetória tradicional ao movimento deste significado. Usualmente, ela parte de um mundo constituído e se transfere para o bem de consumo. Em seguida, este significado se afasta do objeto e se transfere para o consumidor individual. Em outras palavras, há três localizações para o significado: o mundo culturalmente constituído, o bem de consumo e o consumidor individual. (MCCRACKEN, p. 99-100, 2003)

A formação do mundo culturalmente constituído ocorreu em um processo de atendimento às necessidades alheio à diversidade humana, especialmente com relação às minorias e aos vulneráveis (MCCRACKEN, 2003)

Estudos sobre as populações em vulnerabilidade são mais recentes e ainda limitados, havendo muitos temas a discutir sobre os diversos grupos sociais existentes nessa condição de vulnerabilidade. Os estudos sobre surdos ilustram um grupo com uma quantidade pequena de estudos.

Pela perspectiva sociocultural, Lambez *et al.* (2020, p. 257) sustentam que o ser surdo é uma característica que faz parte da identidade da pessoa surda, dado que a partir da perspectiva cultural as pessoas surdas constituem “*uma comunidade que tem uma única língua, códigos culturais diferentes dos da comunidade não surda, seus próprios eventos e conferências, e estruturas culturais e de lazer*”. A comunidade surda é um grupo sociocultural minoritário com características linguísticas e culturais próprias e que se agrupa para troca de vivências enquanto seres visuais, que compõe um grupo social em desvantagem (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020; BAT-CHAVA, 1994; DAVIS, 1995; DOLNICK, 1993; HUMPHRIES, 1996; SKLIAR, 1998; QUADROS; KARNOPP, 2004; SÁ, 2006; ABREU, 2020).

As barreiras e limitações nas relações entre pessoas ouvintes e pessoas surdas se formam a partir de uma barreira comunicacional que afeta a autonomia e a independência desse grupo (LOPES; VIANNA; SILVA, 2017).

Na prática de consumo, as pessoas surdas podem perder partes das informações relevantes à compreensão do produto, seja no processo de aquisição, seja no consumo em si, impactando negativamente sua experiência. Portanto, compreender as características particulares desse grupo importa em apreender que existe uma cultura circunscrita a essa população que será refletida em suas ações, inclusive de consumo, a chamada cultura surda. A cultura desempenha um papel fundamental nas práticas do indivíduo, uma vez que:

A cultura detém as “lentes” através das quais todos os fenômenos são vistos. Ela determina como esses fenômenos são apreendidos e assimilados. Em segundo lugar, a cultura é o “plano de ação” da atividade humana. Ela determina as coordenadas da ação social e da atividade produtiva, especificando os comportamentos e os objetos que delas emanam. Enquanto lente, a cultura determina como o mundo é visto. Enquanto “plano de ação”, ela determina como o mundo será moldado pelo esforço humano. Em resumo, a cultura constitui o mundo suprindo-o com significado. (MCCRACKEN, 2003, p. 101)

O ponto-de-vista de pessoas sem deficiência, quando planejam políticas e medidas para o atendimento das necessidades específicas das pessoas com deficiência, utilizando a ótica da perda auditiva como parâmetro para entender a surdez, significa usar lentes que, antes de tudo, enxergam as deficiências como um grande grupo único, uma homogeneidade que não existe nem mesmo no mundo de pessoas sem deficiência, como se pode ver no agrupamento de pessoas, por exemplo, nas chamadas tribos, que possuem características e comportamentos que unem seus integrantes diferenciando-os das pessoas que não compartilham dessa mesma subcultura, e tampouco existiria tanto entre deficiências distintas quanto dentro de uma mesma deficiência (SKLIAR, 1998).

Essa postura alheia às culturas das pessoas com deficiência, além de não interpretar as especificidades de fenômenos vivenciados por pessoas em condições diferenciadas, leva a uma miopia quanto à realidade dos grupos vulneráveis, além de empregar esforços humanos que, na prática, têm um caráter mais formal, porém ineficaz.

A comunidade surda deve ser a origem das informações sobre suas necessidades e especificidades, caso contrário pode ser acentuado o processo de isolamento por que passam seus membros, estimulando a limitação do convívio aos iguais, como espécies de guetos, pois o que é oferecido pelo mercado ignora a existência das necessidades específicas desse grupo e não corresponde a seus anseios e interesses, levando a um processo de construção e constituição do mundo no qual permanecem à margem em relação ao atendimento das necessidades e desejos da maioria (MCCRACKEN, 2003).

Esse contexto estimula um processo de criação de um grupo de referência restrito em função das limitações impostas pela ausência de ofertas adequadas às necessidades desses indivíduos com relação ao que é oferecido à sociedade em geral. O conceito de vida normal dialoga com escolhas baseadas em diversas sensações e vivências que caracterizam o modo como o indivíduo é visto e reconhecido. No caso das pessoas com deficiência, há uma limitação que pode estar baseada em impedimentos socialmente estabelecidos (MCCLIMENS; HYDE, 2012).

As práticas de consumo estão baseadas em projeções da identidade do indivíduo. Sendo assim, limitar o consumo de pessoas com deficiência pode criar problemas na formação e expressão de suas identidades individuais, denotando a urgência de estudos com foco nesse público (HOGG; WILSON, 2004).

A ignorância que leva à exclusão de grupos vulneráveis nasce da sociedade em geral que atende suas próprias necessidades como se fossem comuns a todas

as pessoas. Em decorrência disso, as políticas públicas são necessárias em busca de isonomia para as pessoas com deficiência que são igualmente sujeitos de direitos, já que justamente as principais barreiras à sua participação plena na sociedade limitam o exercício pleno de sua cidadania (MANLEY,1996).

O principal desafio para a superação das diferenças pautadas nas deficiências está nos planos social e pedagógico antes das questões médicas e biológicas. É necessário reconstituir a cultura por meio de um processo formativo que leve em conta um olhar para os temas da diversidade e da inclusão (VYGOTSKY,1997).

Sob a ótica da Administração e do mercado, há um mercado consumidor negligenciado à espera de iniciativas que permitam sua efetiva participação, mesmo implicando custos de transação para o fornecimento, mas com a possibilidade de tornar esse fornecedor apto ao atendimento dessa fatia de mercado, o que contribui para o consumo dos membros que compartilham da cultura surda. O estudo do comportamento do consumidor estimula o interesse do mercado, na medida em que incentiva a concorrência em um contexto de economia globalizada, realçando os desafios para as empresas na conquista e manutenção dos mercados em que atuam (CASOTTI; SUAREZ, 2016).

A *Consumer Culture Theory* (CCT) enquanto campo de estudos inspira a abordagem de contextos, características simbólicas e experiências de consumo, delineando enquanto marco teórico pesquisas sobre a cultura do consumo e seus significados que são compartilhados coletivamente em relações e práticas sociais, dado o consumo enquanto uma prática sociocultural, historicamente moldada, e emergente de estruturas e imperativos ideológicos de mercados dinâmicos (VERA; GOSLING; SHIGAKI, 2019; PINTO; FREITAS; RESENDE; JOAQUIM, 2015; ARNOULD; THOMPSON, 2005).

Entretanto, a literatura sugere que há escassez de estudos que se aprofundem nas características de consumo segundo a cultura surda, o que não fomenta a realização de estudos futuros sobre a temática bem como não auxilia as estratégias de mercado para o atendimento eficiente essa população.

2.2. Barreiras e limitações no consumo de surdos

A propaganda se apresenta como a etapa anterior ao processo de compra. Enquanto anúncio que comunica a oferta do produto no mercado, ela é uma das primeiras barreiras comunicacionais que limita as práticas de consumo de bens e serviços por pessoas surdas, especialmente no apelo sonoro que as mesmas

utilizam, os quais, muitas vezes, trazem informações adicionais ao que está sendo exibido visualmente na oferta.

Propagandas de viagens e serviços de lazer, como a venda de pacotes turísticos, são exemplos importantes do quanto o discurso oral e sua entonação associados à trilha sonora e à riqueza de cores e imagens apresentadas são importantes enquanto ferramentas de comunicação para atrair os clientes do varejo (MEIRA; AMARO; ALMEIDA, 2009).

O modelo socioantropológico da surdez aponta que os surdos formam comunidades unidas pela língua, sendo as línguas de sinais naturais e complexas. Por isso, a língua de sinais é a evidência básica para pertencer à comunidade surda, motivo pelo qual ela é o meio de melhor expressão pelos indivíduos surdos que a tenham adquirido (SKLIAR; MASSONE; VEINBERG, 1995; SÁ, 2002; MCCLEARY, 2003; BISOL; SIMIONI; SPERB, 2008).

No caso do Brasil, a língua portuguesa é a língua oficial do país, mas não a língua natural dos surdos, motivo pelo qual barreiras e limitações podem ser sustentadas na prática de atos da vida cotidiana por esses indivíduos, inclusive o consumo. A necessidade de ater a atenção às informações sonoras por meio visual, quer por leitura labial ou ainda no caso da legendagem, propicia a significativa perda de outros recursos imagéticos que compõem a mensagem que está sendo produzida e, desse modo, seu sentido e seu significado.

Consumidores com físicos ou fisiologias diferentes da média precisam que lhes sejam fornecidos bens e que a prestação de serviços a eles também seja diferenciada (SHETH; MITTAL; NEWMAN, 1999).

Lacerda *et al.* (2016) sinalizam os problemas de comunicação enfrentados por surdos em equipamentos de hospedagem apontando duas origens: a primeira tem base por não ser uma condição facilmente percebida e a segunda está na dificuldade de encontrar indivíduos nesses estabelecimentos fluentes em LIBRAS, configurando-se como uma forte barreira comunicacional pelo simples fato da indisponibilidade de mão-de-obra qualificada para o atendimento desses clientes, até mesmo em capitais como Belo Horizonte (COSTA, 2006; FARIA; CARVALHO, 2010; FARIA; SOUTO; ROCHA, 2011; FARIA; MOTTA, 2012; FARIA; FERREIRA, 2014; LACERDA; MANO; ABREU; BALDANZA, 2016).

Meira, Amaro e Almeida (2009) afirmam que o surdo tem uma situação pior do que a de um estrangeiro no processo de compra, dada a dificuldade com a língua portuguesa, além de não processar estímulos sonoros. Com isso, quanto maior a troca de informações necessárias durante o processo, maior a tendência de a pessoa surda levar uma pessoa ouvinte com quem tenha convívio como

acompanhante, o que reduz sua autonomia e aumenta as influências que sofre (MEIRA; AMARO; ALMEIDA, 2009).

Nesse sentido, é possível notar a influência exercida por valores e elementos da cultura ouvinte no processo de constituição cultural do indivíduo surdo e sua percepção do mundo. Por isso, atender aos surdos significa reconhecer que eles devem ser parte ouvida no processo de criação de produtos. De igual modo com qualquer outra modalidade de deficiência, uma vez que possuem conhecimento efetivo para falar das necessidades e da realidade que vivenciam.

A comunicação verbal nas relações de consumo de bens e serviços é elemento principal que sustenta as barreiras e limitações no consumo de pessoas surdas. Elas podem não impedir o consumo final do produto, mas pioram, ao menos, a qualidade da prestação do serviço de compra e venda.

Quando um surdo precisa comprar roupas, por exemplo, ele pode encontrar o que precisa apenas procurando. No entanto, caso necessite explicar o que precisa ou receber informações sobre o produto, as barreiras começam a se fazer presentes. Igual situação para receber a simples indicação de um *maitre* de um restaurante sobre o vinho que recomenda.

2.3. O consumo de lazer e as pessoas surdas

Os estudos do lazer contemporâneo iniciam no final da década de 1960 e tem Dumazedier como um de seus teóricos inaugurais a partir da obra *Sociologia Empírica do Lazer*, publicada originalmente em 1974. Para o autor, o conceito de lazer é definido como:

O conjunto de ocupações, às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais. (DUMAZEDIER, 1979, p. 12)

O lazer atende a três principais funções, conhecidas como 3 D's: Descanso (repouso), Divertimento (diversão, entretenimento), e Desenvolvimento Pessoal e Social (informação ou formação do indivíduo de maneira desinteressada ou sua participação social voluntária).

Essas funções agrupam as atividades de lazer em cinco tipos, a partir das motivações do indivíduo que despertam o interesse em sua realização, que são:

interesses físicos, manuais, intelectuais, artísticos e sociais. O lazer exerce um papel importante na vida do ser humano, sendo constituído por um grupo de características necessárias para que se configure, que podem ser de caráter: libertário, desinteressado, hedonístico e pessoal (DUMAZEDIER, 1979).

O caráter libertário se funda na liberdade, na liberação total do indivíduo de suas obrigações, sejam elas profissionais, familiares, políticas ou espirituais, sendo garantida a livre escolha do que fazer, ou não fazer, de seu tempo, sem substituir qualquer dever ou compromisso com o que ou quem quer que seja.

O caráter desinteressado desobriga o lazer de ter uma finalidade específica, seja de natureza material, lucrativa, profissional, utilitária, social ou política. É o completo desembaraço de qualquer finalidade externa, pré-estabelecida.

O caráter hedonístico pode ser considerado um dos maiores motivadores do lazer, pois enquanto tempo integralmente voltado para si, o indivíduo escolhe a busca do prazer em oposição à natureza inescusável daquilo que é obrigação. É o prazer proporcionado pelo ócio, seja ele dito produtivo ou não, criativo ou simplesmente o tempo do não fazer coisa alguma. É o deleite que se tem pela liberdade plena do indivíduo de não se sentir obrigado a nada.

O caráter pessoal aponta para as necessidades individuais que são atendidas pelo lazer. As relações e obrigações sociais nem sempre são voluntárias. No lazer o sujeito vai ocupar seu tempo da melhor maneira que lhe aproveite, seja descansando pelo simples fazer nada, seja pelo prazer no entretenimento e nas relações sociais, seja pelo desenvolvimento pessoal e social a partir da oportunidade de fazer o que deseja sem a intervenção de ninguém e por suas motivações e convicções estritamente pessoais.

É necessário compreender que as pessoas surdas não são indivíduos ou cidadãos diferentes e alheios ao mundo ouvinte que os cerca. Contudo, elas possuem necessidades próprias que constituem sua própria identidade cultural, o que confere uma característica de influência mútua entre aqueles indivíduos que compartilham das mesmas necessidades. A identificação cultural com esse grupo e as práticas compartilhadas é o que podemos compreender como a cultura surda

Kurková (2020) propõe que o tempo de lazer, do mesmo modo que um programa focado e adequado de atividades físicas, como as aulas de educação física no currículo escolar, é fundamental para o desenvolvimento de habilidades motoras e aptidão física dos indivíduos (KURKOVÁ, 2020; AKINOĞLU; KOCAHAN, 2019; OCHOA-MARTÍNEZ, 2019; SZULC, 2019; WALOWSKA, BOLACH; BOLACH, 2018; EBRAHIMI, 2017).

Quando comparados jovens ouvintes com jovens surdos, esses possuem um menor nível de desenvolvimento motor em relação àqueles (MELO; LEMOSA; PAIVA; ITHAMAR; LIMA; EICKMANN; FERRAZ; BELIAN, 2019; MELO; SILVA; SOUZA; RAPOSO; FERRAZ, 2013), o que pode afetar suas habilidades sociais e emocionais levando a um isolamento social (MCKEE; LIN; ZAZOVE, 2018).

O lazer com interesses físicos reúne as práticas de consumo de lazer relacionadas à realização de atividades que implicam em esforços e/ou exercícios corporais, como as práticas desportivas (DUMAZEDIER, 1979). Por isso, o lazer com interesses físicos pode despertar na pessoa surda a necessidade pessoal de cuidado e promoção da saúde física.

O lazer contemporâneo se configura como um complexo de experiências de diversos serviços mediado pelas interações sociais que se vinculam a inúmeros códigos culturais da atual sociedade de consumo. A visão de experiência carrega em si um movimento de sensações e emoções de fantasia, sentimentos e diversão (PINTO; FREITAS, 2012; HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982).

O lazer com interesses intelectuais é retratado por Dumazedier (1979) sobre as práticas de consumo de lazer do indivíduo com interesses de cultivo do intelecto e da cultura (DUMAZEDIER, 1979). Considerando a produção intelectual e a cultura como expressões das referências e da formação dos indivíduos que culminam em suas maneiras de ler o mundo, o lazer com interesses intelectuais funcionam como formas de intercâmbio cultural, por meio do qual a pessoa surda pode interagir e conhecer outras culturas, sejam elas outras formas de cultura surda ou de culturas ouvintes, tanto do Brasil quanto de outros países.

O que pode ser alcançado também pelo lazer com interesses turísticos estudado por Camargo (2003) que inclui o conhecimento de novas paisagens, culturas, lugares e pessoas fora do entorno habitual do indivíduo por meio da prática do turismo (CAMARGO, 2003).

A comunidade surda enquanto coletividade exerce o papel de influência no desenvolvimento pessoal e social de seus membros, uma vez que há o compartilhamento de experiências e as características comuns aos agrupamentos humanos segundo as razões ou motivações que os une.

O lazer com interesses sociais dialoga com os 3 D's estudados por Dumazedier (1979), dado que são atividades que buscam tanto o prazer por meio da diversão quanto o descanso necessário à própria saúde e ao desenvolvimento físico, mental e intelectual dos indivíduos, além do desenvolvimento pessoal e social, seja em seu núcleo familiar ou quaisquer pessoas do seu afeto, seja com a comunidade da qual façam parte, como o exemplo da comunidade surda.

Entretanto, quando se fala de lazer de surdos, é importante fazer um exercício simples de observação em nossas práticas cotidianas do quanto essa população é negligenciada quando se trata de inclusão e adequação de atendimento às suas necessidades específicas. O surdo tem barreiras de interação em uma gama de atividades que se imaginar de entretenimento coletivo, desde uma simples ida a qualquer exposição mediada, sessões de artes dramáticas e audiovisual, esportes coletivos, concertos musicais etc.

Em razão disso, historicamente esses indivíduos se reúnem em associações culturais de surdos onde são proporcionadas atividades de lazer para pessoas em iguais condições, e nesses espaços acabam construindo seus laços e afetos, o que limita seu escopo de atuação enquanto agente social e cidadão.

3 Metodologia

Este capítulo pretende informar sobre as diversas decisões acerca da forma como este estudo foi realizado. Está dividido em seis seções que informam, respectivamente, sobre o tipo de estudo realizado, sobre o universo do estudo e os critérios de seleção de sujeitos que compõem o *corpus* de estudo. Na sequência, informa-se sobre os processos de coleta de dados realizados e sua justificativa, sobre os procedimentos de tratamento dos dados coletados e, por fim, sobre as possíveis repercussões que as decisões sobre como realizar o estudo impuseram aos resultados assim obtidos.

3.1. Tipo de pesquisa

Baseando-se na perspectiva que reflete o mundo a partir da interação entre o objeto e a compreensão que as pessoas desenvolvem a seu respeito, este estudo é classificado pela ontologia que considera a interação sujeito-objeto.

A epistemologia construtivista apoia a forma de gerar o conhecimento a partir da transmissão no contexto social das práticas humanas decorrentes da interação entre os indivíduos e o mundo no qual estão inseridas (SACCOL, 2009). Desse modo, o presente estudo dialoga com o papel da cultura enquanto lente utilizada para visualizar a ocorrência dos fenômenos sociais suprimindo o mundo com significado (MCCRACKEN, 2003).

Para tanto, a lógica indutiva assenta o paradigma interpretativista, uma vez que há uma ênfase na importância da forma de construção e reconstrução da própria realidade pelos indivíduos tendo como base os significados subjetivos produzidos. A lógica indutiva indica um aprofundamento no universo onde as práticas e significados dos fenômenos se formam e são transmitidas enquanto práticas sociais.

A escolha do método de Estudo de Casos tem por interesse conhecer as realidades das famílias chefiadas por casais surdos, além de permitir um olhar transversal para as diferenças e semelhanças encontradas entre esses sujeitos de pesquisa, permitindo a observação de categorias de análise que confrontarão os comportamentos consequentes dos percursos formativos de cada um.

Além disso, permite um olhar construtivo do processo de significação que busca compreender como e por que esses processos ocorrem dentro dos contextos sociais, posto que o foco de estudo serão os fenômenos contemporâneos inseridos na vida real e com pouco controle do pesquisador sobre eles (YIN, 2004).

3.2. Seleção dos sujeitos de pesquisa

A partir do trabalho do autor desta dissertação como servidor público técnico-administrativo em educação à frente da chefia de gabinete de uma faculdade no âmbito de uma instituição federal de ensino superior no Rio de Janeiro, no período de 2015 a 2017, houve contato pela primeira vez com a comunidade surda, o que motivou a busca pelo aprendizado da LIBRAS, de modo a atender a esse público de maneira mais adequada e eficiente.

A partir do contato com a língua e do convívio com a comunidade surda, percebeu-se que havia uma cultura própria com características diferentes das culturas não surdas. Notou-se, ainda, um caráter de invisibilidade desse público no tocante à sua deficiência no convívio em sociedade, o que trazia uma situação de esquecimento deles no desenvolvimento das práticas cotidianas.

Inicialmente, nossa proposta era realizar o presente estudo comparando dois grupos de surdos, um composto por alunos surdos de Letras/LIBRAS de uma instituição federal de ensino superior e outro composto por alunos surdos de Pedagogia Bilíngue LIBRAS-Português de uma instituição federal de ensino especializada em surdos.

Em razão da pandemia da COVID-19, a realização de uma quantidade grande de entrevistas, sem a possibilidade de encontros presenciais, tornou a proposta inviável, uma vez que precisamos passar para o uso de ferramentas de tecnologia da comunicação e informação, o que nem sempre está disponível com qualidade, prejudicando a realização das entrevistas e, consequentemente, a análise de dados.

A partir dessas limitações, decidimos reorientar o foco de estudo com a mudança dos sujeitos de pesquisa para famílias chefiadas por casais surdos. Para tanto, de modo a enriquecer nosso estudo, buscamos algumas características dos sujeitos focais, a fim de poder comparar as famílias investigando a eventual ocorrência de práticas culturais e de consumo diferentes entre si.

A seleção das fontes de informação observou os seguintes critérios: 1) que fossem pessoas que não fizessem uso de qualquer dispositivo, como implantes

cocleares, que tem a função de superar a perda auditiva, ainda que não proporcione audição plena, restando algum grau de diminuição da audição em relação aos parâmetros médicos de normalidade, o que permite considerá-las como pessoas com baixa audição, e 2) que fossem pessoas com surdez total.

Nossa intenção com essa escolha foi compreender as limitações e barreiras comunicativas existentes entre um mundo ouvinte e um mundo plenamente surdo, o que nos permite analisar a formação de uma cultura surda ante um mundo ouvinte que propõe políticas de acessibilidade, as quais podem não ser tão efetivas quanto se pretendem.

Ademais, considerou-se a partir da atuação profissional das mulheres sujeitos focais de cada casal, enquanto servidoras públicas da mesma carreira, que as famílias possuem características similares de perfil de renda, o que busca investigar as práticas de consumo considerando que ambas guardam análogas condições econômicas de acesso a produtos e moram na mesma cidade.

Sua escolha deveu-se a partir do percurso formativo, bem como da atuação profissional dessas mulheres, pelo fato de possuírem formação pedagógica e também na área de estudos da linguagem, aproximando suas trajetórias de vida dos processos formativos de alfabetização e aquisição de linguagem no ensino de surdos e não surdos, características que aproximam as práticas de comunicação desses sujeitos de pesquisa do mundo ouvinte, permitindo-se compreender em que medida as barreiras de comunicação existem mesmo para indivíduos surdos que possuem maior desenvolvimento linguístico no contato com o mundo ouvinte.

Em seguida, a escolha considerou as características familiares nas quais cada uma cresceu, bem como as características das famílias que hoje formaram. Ambas nasceram surdas, têm irmãos e possuem um filho.

A primeira mulher nasceu em família ouvinte e foi formada em uma cultura não surda, utilizando a língua oral como língua materna e iniciando o uso da LIBRAS na juventude, no início da adolescência.

Seu marido passou por processo semelhante, com a diferença de que sua condição não é congênita, vindo a tornar-se surdo em idade tenra, sendo também criado em uma cultura ouvinte e tendo adquirido a LIBRAS também na juventude, já no início da vida adulta. Enquanto ambos vieram de uma cultura familiar ouvinte, a família que constituíram é composta por pais e filho surdos. O convívio dessa família é diametralmente oposto à realidade que vivenciaram com seus pais e irmãos.

A segunda mulher nasceu em família surda e vivenciou a cultura surda em seu ambiente familiar desde o nascimento, tendo a LIBRAS como língua materna.

Seu marido também nasceu surdo e recebeu a formação em LIBRAS desde a fase inicial de escolarização, entretanto, cresceu em um ambiente familiar ouvinte sob aspectos culturais não surdos. A chegada do filho do casal traz ao convívio domiciliar uma pessoa ouvinte, sendo necessário adequar a convivência em um ambiente integralmente surdo à chegada de uma criança ouvinte.

As formações culturais dos sujeitos focais foram diferentes, o que pode influenciar as escolhas, práticas e culturas de consumo em suas vidas adultas. Desse modo, parece-nos interessante comparar as famílias chefiadas por esses casais a fim de verificar se existem diferenças em suas práticas de consumo.

3.3. Descrição dos sujeitos de pesquisa

Em nosso estudo, realizamos as entrevistas com dois casais surdos. As famílias são compostas pelo pai, pela mãe e por um filho. Os sujeitos focais foram os casais, considerando seus históricos de vida com relação à origem de família ouvinte ou de família surda, além da profissão em comum das mulheres ligada ao ensino e formação de profissionais da área da linguagem e da LIBRAS.

A primeira mulher tem 39 anos, é professora de LIBRAS nos cursos de graduação em Letras-LIBRAS de uma instituição federal de ensino superior, no Rio de Janeiro. É formada em Pedagogia por uma instituição privada no estado de Minas Gerais e em Letras – licenciatura em LIBRAS pela Universidade Federal de Santa Catarina. Possui pós-graduação em Psicopedagogia e o título de mestra em Educação pela mesma instituição onde se graduou em Pedagogia. Atualmente, está no último ano do curso de doutorado em Letras, na área de Linguística, em uma instituição estadual de ensino superior no Rio de Janeiro.

Nasceu surda, em decorrência de doença da mãe na gravidez, e cresceu em uma família de ouvintes: pai, mãe e irmã, além dos avós e outros membros, sendo a única surda da família. Começou seus estudos em escola especial, onde aprendeu a falar com o auxílio de uma fonoaudióloga. Convivia com outros alunos surdos, mas somente podia utilizar a oralização, embora tivesse o suporte de intérprete em sala de aula. Aprendeu LIBRAS aos 15 anos de idade ao trocar de escola para uma considerada inclusiva, quando começou a ter contato com o mundo surdo. Foi a primeira aluna surda da instituição onde cursou Pedagogia, onde não tinha intérprete de LIBRAS que garantisse sua acessibilidade, oportunidade em que lutou para ter seu direito garantido. Tem um filho de 13 anos de idade que nasceu surdo por fatores genéticos.

É casada há 8 anos com um homem de 37 anos que é analista de sistemas com atuação em programação e instrutor de desenvolvimento em TI em uma empresa multinacional. É formado em Sistemas de Informação por uma instituição privada no estado do Rio de Janeiro. Possui pós-graduação em Informática.

Nasceu ouvinte, mas contraiu uma doença no primeiro ano de vida que deixou como sequela a surdez, o que não foi percebido pelos médicos, sendo percebido posteriormente pela família em razão da falta de interatividade em resposta a estímulos sonoros, crescendo como o único surdo em uma família de ouvintes: pai, mãe e irmãos, além de todos os outros parentes. Começou o processo de oralização aos 2 anos de idade com a fonoaudióloga, e somente foi ter contato com outras pessoas surdas quando ingressou na faculdade, aos 19 anos. Teve contato com a LIBRAS na faculdade e começou a aumentar seu círculo de amizades com outros surdos. Concluiu a graduação sem o suporte de um intérprete, embora reconheça a importância desse profissional para a acessibilidade, e começou a utilizar a LIBRAS com mais frequência quando conheceu sua esposa, há 10 anos, o que o ajudou a se desenvolver melhor e a usar a língua gestual como sua língua principal. Mora junto à esposa e ao enteado.

A segunda mulher tem 45 anos, é professora de LIBRAS nos cursos de graduação em Letras-LIBRAS de uma instituição federal de ensino superior, no Rio de Janeiro. É formada em Pedagogia por uma instituição privada no estado do Rio de Janeiro e em Letras – licenciatura em LIBRAS pela Universidade Federal de Santa Catarina, onde obteve também o título de mestra em Letras, na área de Linguística. Atualmente, está no terceiro ano do curso de doutorado em Letras, na área de Linguística, em uma instituição federal de ensino superior no Rio de Janeiro.

Nasceu surda em uma família integralmente composta por surdos: pai, mãe e irmãos, além de ter atualmente criança surda entre os outros membros da família, totalizando 7 pessoas surdas. Começou seus estudos em uma escola integrada, considerando a inclusão de alunos com deficiência e alunos do ensino regular, tendo adquirido a LIBRAS como sua língua materna (L1). Iniciou a graduação em Pedagogia no início dos anos 2000 e contou com o suporte de um intérprete para o acompanhamento das aulas. Tem um filho de 6 anos de idade que é ouvinte.

É o segundo casamento de um homem de 53 anos, com quem tem seu filho, atualmente motorista de transporte particular. Ele possui o ensino médio completo. Nasceu surdo, em decorrência de doença da mãe na gravidez, e cresceu em uma família de ouvintes: pai, mãe e dois irmãos, além dos avós e outros membros,

sendo o único surdo da família. Começou seus estudos em uma escola para surdos, onde estudou até a 4ª série do ensino fundamental. Prosseguiu seus estudos no Instituto Nacional de Educação de Surdos (INES), no Rio de Janeiro. Adquiriu a LIBRAS no processo de escolarização, mas seu uso era restrito ao ambiente escolar, uma vez que nem sua família nem seus amigos sabiam a língua gestual. Começou sua vida profissional aos 17 anos de idade em uma empresa multinacional. Mora junto à sua esposa que também é surda, a seu filho e a seus sogros, todos ouvintes.

3.4.Procedimentos e Instrumento de Coleta de Dados

Os dados foram coletados através de Entrevistas em Profundidade Semiestruturadas, cujo roteiro se encontra na seção Apêndice, via software de comunicação Zoom e com a mediação e suporte de um tradutor-intérprete de língua de sinais (TILS) tanto para a interpretação das perguntas do Português para a LIBRAS quanto para a tradução das respostas da LIBRAS para o Português.

Registramos as dificuldades do uso da ferramenta, uma vez que, diferente de uma entrevista presencial, a qual também deve ser gravada por câmera para registro e posterior transcrição, o uso de internet acarretou em instabilidades na transmissão de dados, levando ao congelamento de áudio e vídeo em alguns momentos, sendo necessário que o pesquisador, o entrevistado e o TILS precisassem repetir o que estava sendo dito, interpretado ou traduzido. Além disso, a ferramenta possui limitação de tempo a 40 minutos para uso gratuito quando a reunião tiver mais do que dois participantes, caso de nosso estudo que contou, além do pesquisador e do entrevistado, com o TILS. Por isso, foi necessário fazê-las em dois blocos, o que pode interromper a espontaneidade do entrevistado em sua produção narrativa. Entretanto, em decorrência da pandemia de COVID-19, essa ferramenta foi a que se mostrou mais estável para a realização do estudo.

O uso do TILS nas entrevistas foi escolhido como procedimento padrão para estudo com surdos por respeitar o uso da LIBRAS pelos entrevistados como sua língua natural, sendo a língua na qual se expressam com mais fluência, além de não precisar que a entrevista fosse realizada por escrito, o que poderia tornar mais limitada a produção discursiva.

Além disso, respeitamos a LIBRAS como evidência básica para pertencer à comunidade surda, sendo a língua que expressa a cultura surda (SÁ, 2002). A gravação em vídeo teve a função de registro para posterior transcrição e tem

caráter de acessibilidade para a comunidade surda, uma vez que é possível ser assistida tanto por ouvintes em português quanto por surdos em LIBRAS.

Reforçamos a importância da figura do TILS no contato com a comunidade surda, pois a língua mais do que um código que serve à comunicação, é um meio de expressão da cultura de seus usuários. Desse modo, o uso da LIBRAS respeita os códigos e referências da cultura surda, por isso é chamada de interpretação e não tradução da língua oral para língua gestual, não significando, portanto, uma simples substituição pela pessoa surda da leitura labial pela sinalização.

Assim, adotamos como protocolo a figura do TILS desde o primeiro contato na abordagem para convite dos sujeitos de pesquisa, de forma a explicar do que se trata a participação no estudo e realizar o agendamento das entrevistas. Quando necessário, sendo explicada a pesquisa e sobre quais informações poderiam ser dadas no convite aos sujeitos de pesquisa, de modo a não comprometer as respostas que seriam dadas em entrevista caso soubessem exatamente o que buscávamos identificar, foi utilizado o primeiro contato pelo TILS para posterior formalização do convite pelo autor.

Foram realizadas uma entrevista com cada participante, com duração média de 50 minutos, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados e do TILS, tanto no período da manhã quanto no período noturno. É importante registrar que, na impossibilidade de contar com um intérprete que trabalhe integralmente com a pesquisa, a disponibilidade de horários para a realização das entrevistas, na medida em que precisa congrega a disponibilidade de agendas tanto dos entrevistados quanto do TILS, apresenta maior dificuldade para agendamento, especialmente considerando que notamos um aumento na quantidade de atividades realizadas remotamente em frente ao computador ao longo do dia, o que refletia em cansaço ao fim do dia, não apenas pela quantidade de tarefas, mas também pelo uso da ferramenta tecnológica.

As entrevistas semiestruturadas permitiram respeitar a posição de fala dos sujeitos de pesquisa dando a eles espaço de livre produção narrativa, sem, contudo, construí-la de maneira aleatória. Para isso, tiveram como base um roteiro de entrevista com dezoito questões, disponível na seção Apêndice, seguindo dois eixos: identificar as escolhas de consumo; analisar e categorizar as práticas de consumo de lazer a partir das experiências relatadas a fim de identificar barreiras e limitações ao consumo e do significado de lazer para cada participante.

Antes da realização da gravação, a fim de preservar as informações pessoais dos participantes, foram realizadas anotações dos dados pessoais dos entrevistados, como nome, idade, onde mora etc. Frise-se que o TILS foi utilizado

em todo o contato, mesmo nos momentos em que não estávamos gravando. No início da gravação, como registro de anuência, foi informado que os dados da entrevista seriam utilizados apenas para fins acadêmicos sendo solicitada a concordância com a gravação da mesma tanto do entrevistado quanto do TILS.

As entrevistas começaram pela solicitação ao entrevistado que falasse um pouco de si, contasse sua trajetória. Nessa fase, muitas informações importantes sobre a realidade vivenciada pelo sujeito são observadas, de modo a compreender quais temas naturalmente começam a aparecer e quais não são abordados. A primeira pergunta do roteiro pré-estabelecida buscou compreender qual a noção que os entrevistados tinham a partir da palavra lazer, de modo a verificar as funções, ou o papel do lazer, presentes na literatura. Em seguida, buscou-se compreender quais atividades os entrevistados gostavam de realizar tanto sozinho quanto em família e, ao longo da entrevista, foi perguntado o que gostavam de fazer com amigos ouvintes e com amigos surdos. As questões sobre dificuldades, barreiras ou limitações por eles percebidas foram sendo desenvolvidas a partir das atividades que os entrevistados foram relatando ter interesse ou hábito de praticar.

3.5. Tratamento dos dados

Os dados coletados foram tratados através da técnica de análise de dados, segundo Bardin (2016), enquanto um conjunto de técnicas para análise de comunicações que permitem o levantamento sistemático de indicadores quantitativos ou qualitativos e a produção e inferências sobre as condições de produção e recepção de mensagens (BARDIN, 2016).

Na fase da pré-análise foi definido o *corpus* de trabalho, a estruturação e a operacionalização das principais ideias. No presente estudo, partimos das categorias de análise a partir dos tipos de lazer segundo os interesses dos indivíduos, conforme Dumazedier (1979) e Camargo (2003).

Na fase da exploração do material foram identificados temas por meio das similaridades entre trechos das falas e suas variações, sendo agrupados os trechos segundo o tipo de atividade desempenhada e suas motivações.

Por fim, na fase de tratamento de dados foi feita a consolidação desses grupos divididos no processo de exploração e esses resultados foram discutidos à luz das categorias a partir da literatura sendo produzidas descrições sobre eles.

Esse procedimento é adequado aos objetivos dessa pesquisa por permitir que os sujeitos de pesquisa possam produzir suas falas sem a limitação de suas

respostas, embora orientados por uma pergunta, de maneira que se possa buscar um resultado descritivo de suas práticas. Dada a lacuna bibliográfica sobre o consumo desse público, nosso estudo buscou apresentar uma descrição elementar das práticas de consumos dessas famílias.

3.6. Limitações do estudo

O método escolhido se, por um lado, permite investigar e descrever o consumo de indivíduos de determinado grupo social, por outro lado, não é adequado a descrever de modo generalizado o consumo deste mesmo grupo. Desse modo, sua escolha deveu-se à opção de realizar estudos de caso do consumo de famílias que escolhemos por suas características específicas. Não pretendemos em qualquer momento discutir o consumo de famílias surdas, e sim o consumo das famílias estudadas, dado o contexto sociocultural em que vivem.

Entretanto, os resultados deste estudo podem sugerir um ponto de partida para estudos mais amplos com indivíduos pertencentes à comunidade surda, sendo possível ampliar o número de sujeitos de pesquisa, bem como as características de seleção dos mesmos.

A situação de pandemia da COVID-19 impossibilitou que as entrevistas fossem realizadas presencialmente, o que restringe a interação e a observação dos sujeitos de pesquisa enquanto produzem suas falas, uma vez que a expressão do indivíduo não se restringe à fala, dialogando com seu comportamento.

Por fim, a carência de estudos sobre as práticas de consumo desse público demonstra que este estudo ainda não reúne condições de realizar uma discussão intertextual com literatura prévia, o que pode limitar o interesse de outros pesquisadores para um tema que ainda não foi visitado.

4 Análise e Interpretação dos Resultados

Este capítulo, organizado em seis seções apresenta e discute os principais resultados alcançados, discute suas implicações e produz uma análise sobre as barreiras e limitações ao consumo de surdos, conforme a pergunta de pesquisa proposta.

A primeira seção discute e analisa como os entrevistados conviveram naqueles ambientes familiares ouvintes antes da constituição de família com parceiro surdo, tendo a oportunidade de compreender a realidade do ser surdo em uma família ouvinte.

A seção seguinte inicia a discussão e análise das funções do lazer, segundo Dumazedier (1979), a partir da compreensão que os entrevistados narram sobre o que é o lazer. A seção seguinte inicia a discussão das categorias de análise, a partir do lazer com interesses intelectuais, seguida pela seção que discute e analisa a categoria do lazer com interesses físicos, segundo Dumazedier (1979).

A seção seguinte discute e analisa a categoria do lazer com interesses turísticos, segundo Camargo (2003). A última seção discute e analisa a categoria do lazer com interesses sociais, segundo Dumazedier (1979)

4.1. O filho surdo de família ouvinte

As entrevistas iniciaram sempre pedindo que os entrevistados contassem um pouco de si, oportunidade em que falaram sobre suas vidas, suas trajetórias, configurações familiares, suas formações, o que fazem profissionalmente e, invariavelmente, mencionaram a questão do contato com surdos, com a cultura surda e sobre sua aquisição da LIBRAS, tendo um casal aprendido a língua de sinais na juventude, entre 15 e 19 anos de idade, e o outro casal desde a escolarização infantil, sendo que apenas a mulher utilizava como língua em seu ambiente familiar.

A língua oral é utilizada por uma família que não sabe LIBRAS inclusive com o membro surdo, o que nem sempre permite que essa pessoa consiga participar da comunicação de maneira efetiva, ficando por vezes excluída, promovendo um processo de isolamento que pode ter início desde a infância (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020).

A cultura ouvinte vivida por uma pessoa surda é capaz de gerar sentimentos de estar incomodando e até de culpa pelo desconhecimento por parte do outro de suas especificidades enquanto pessoa surda:

Faltava informação, eu não recebia muita informação, eu não entendia muitas coisas muito bem porque os ouvintes falavam na língua oral, eu não conseguia entender muito bem porque a leitura labial eu precisava ficar atento, eu ficava lendo tudo. E os ouvintes às vezes não são muito simpáticos. Não é culpa deles porque eles também não conhecem a cultura surda, eu também não ensinei a eles. **Eu sofri bastante com o passar da vida, às vezes eu sentia incômodo, tinha que perguntar ao meu pai e a minha mãe o que que eles estavam falando, sobre o que que eles estavam conversando porque eu era surdo e não entendia.** Aí, às vezes tinha que perguntar também o que passava na televisão que não tinha legenda, eu queria saber o que estava sendo dito. **Eu achava aquilo cansativo, às vezes ter que ficar incomodando, ficar perguntando as coisas (...)** E eu também **não convivi com outras pessoas surdas, não recebia muita informação,** mas essa foi a minha vida. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

4.2.As funções do lazer

A primeira questão que aborda o tema deste estudo buscou analisar o que os entrevistados compreendiam como lazer. A função de divertimento (*“a gente tem o momento de lazer pra descontrair”*) e a função de descanso (*“E deixa a gente relaxado”, “(...) é estar bem mentalmente também”*) são os pontos base de como os sujeitos de pesquisa compreendem o lazer, o que pode ser visitado por meio do grupo de características componentes do lazer, conforme Dumazedier (1979), presentes em suas falas.

O caráter libertário se expressa pela liberação do tempo de trabalho dialogando com a diversão (*“existe uma diferença. Na área de trabalho. E o lazer, pra mim, é um local de diversão”; “pra, enfim, descansar, então tem vários tipos de lazer; “Esquecer das coisas. De problemas, de trabalho”*).

O caráter desinteressado se assenta no relaxamento em oposição à pressão exercida pelas obrigações. O relaxamento não tem uma finalidade em função do outro, mas de si mesmo, e não tem nenhuma regra que o pré-estabeleça (*“E deixa a gente relaxado”*). De igual modo, a motivação para o lazer está no indivíduo, em suas necessidades, gostos e escolhas. Por isso, o caráter hedonístico é encontrado no tempo de deleite, de busca do prazer pelo indivíduo (*“(...) ir nos lugares, no lugar que dá satisfação, que dá prazer, que dá tranquilidade”*).

Ainda, as necessidades do indivíduo podem estar presentes nas motivações de caráter pessoal, de autocuidado, como o lazer enquanto promotor do bem-estar físico e da saúde (*“a importância do lazer é cuidar da saúde, praticar esportes, nadar, praticar natação, fazer academia”*).

A partir desses elementos constitutivos da visão do lazer pelos entrevistados, foi possível agrupar suas práticas em quatro categorias de interesse, conforme Dumazedier (1979) e Camargo (2003): o lazer com interesses intelectuais, o lazer com interesses físicos, o lazer com interesses turísticos e o lazer com interesses sociais.

4.3. O lazer com interesses intelectuais

O lazer com interesses intelectuais é a categoria estudada por Dumazedier (1979) sobre as práticas de consumo de lazer do indivíduo com interesses de cultivo do intelecto e da cultura. Considerando a produção intelectual e a cultura como expressões das referências e da formação dos indivíduos que culminam em suas maneiras de ler o mundo, o lazer com interesses intelectuais funcionam como formas de intercâmbio cultural, por meio do qual a pessoa surda pode interagir e conhecer culturas não surdas tanto do Brasil quanto de outros países, bem como as culturas surdas diversas da sua.

De outro modo, na medida em que o surdo tem fluência na língua portuguesa, ele pode dedicar seu tempo de lazer a uma atividade individual e privada de natureza cultural. Por outro lado, ainda com forte dependência da língua falada na modalidade escrita, o indivíduo surdo pode dedicar seu tempo à visita de equipamentos culturais, como espaços culturais.

A língua é um dos meios de comunicação com o mundo que nos cerca. Por meio dela, podemos expressar nossos pensamentos, nossos sentimentos, nossas vontades e estabelecer um canal de (re)conhecimento mútuo com o meio. A escrita é uma das formas de registro mais antigas que permite ao homem conhecer suas origens e seus modos de vida no passar do tempo. Para a pessoa surda, a escrita é o principal elo entre os estímulos do mundo que o cerca e a sua realidade de não ouvinte, considerando todas as barreiras comunicativas existentes, o que lhe garante certo grau de autonomia, de modo que não dependa da boa vontade das outras pessoas em auxiliá-lo na leitura e interpretação dos discursos proferidos.

Por isso, a leitura é uma forma de lazer que entretém a pessoa surda em sua prática individual e doméstica (*“Eu gosto muito de ler. Pra mim, ler é um*

lazer”). Em alternativa, o cinema também pode ser uma forma de lazer individual, porém praticado em meio à coletividade. Contudo, a exibição cinematográfica não tem a prática de ser pensada para pessoas surdas:

(...) eu ia muito ao cinema, eu participava, frequentava muito cinema. E, às vezes eu ficava sem saber. **Antigamente não tinha legenda, não tinha as informações.** Eu usava pouco a legenda no cinema, **tinha poucos cinemas que tinham legendas.** Mas depois isso mudou, quando a locadora teve aquela época que tinha bastante locadora, há um tempo atrás, **eu comecei a parar de ir pro cinema e alugava os filmes pra assistir em casa.** (grifos nossos) (Entrevistado 4)

Atualmente, a produção cinematográfica nacional continua inacessível ao público surdo, dado que até mesmo os surdos fluentes na língua portuguesa escrita não conseguem acompanhar plenamente a exibição, pois não disponibilizam, por exemplo, legendas com a descrição dos elementos sonoros produzidos na cena nem dos diálogos dos filmes.

Essa cultura de mercado se ampara em nossa prática social que não enxerga as pessoas com deficiência e lega a elas o ônus da limitação no lugar de pensar de uma maneira mais ampla e inclusiva, promovendo o bem-estar a todas as pessoas. Nesse sentindo, essa situação leva as pessoas surdas a sentimentos de exclusão e desrespeito como:

A minha dificuldade são as barreiras, eu não tenho limitação não, mas o problema é a sociedade. A gente não vive em uma sociedade inclusiva. Eu não tenho dificuldade não. De ir no cinema, eu não tenho nenhuma dificuldade, mas o problema é que eu não recebo da sociedade, por exemplo, alguns filmes no cinema, **filmes de cinema nacional não têm legenda, mas é o meu direito, eu sou cidadã brasileira, eu nasci aqui no Brasil, sou cidadã e pra eu assistir um filme nacional não tem legenda?** (...) **filmes estrangeiros eu assisto com facilidade porque tem a legenda. Eu sou bilingue, eu sou boa na leitura do português, mas pro cinema nacional não tem legenda pra mim.** (grifos nossos) (Entrevistada 2)

A cultura da inclusão é um processo reconstitutivo da cultura da sociedade em seu caráter formativo, conforme defendido por Vygotsky (1997). E mais do que isso, as necessidades só podem ser conhecidas e percebidas a partir do momento em que aqueles que dela partilham tenham voz, pois é a partir de seu repertório interpretativo, e não daquele constituído pela sociedade, que as pessoas com deficiência devem ser atendidas em seus gostos e interesses, pois elas autodefinem sua identidade e ditam o que é importante para si, superando as

limitações de permissão e vedação baseadas em impedimentos socialmente estabelecidos (SÁ, 1999; CAMPBELL, 2006; MCCLIMENS; HYDE, 2012):

Precisam abrir, dar mais espaço, colocar o surdo como protagonista, deixá-lo no lugar de fala dele. As pessoas ouvintes não podem tomar o espaço e falar por nós, eles não sabem, não sentem o que nós sentimos, então eles precisam abrir espaço pra nós protagonizarmos e falarmos sobre as nossas experiências. (Entrevistada 2)

Por esse caminho, aqueles serviços que se propõem a adotar políticas e medidas inclusivas, devem fazê-lo de maneira efetiva, e não apenas formal. Torna-se essencial que essas políticas sejam ditadas à luz das necessidades de quem as vivencia. Alguns episódios mostram que não há cultura e, tampouco, fundamentado preparo para receber o público com necessidades diferenciadas, a exemplo do relato a seguir:

Uma vez, um dia, eu e mais uma amiga surda também, a gente estava lendo sobre um evento dos 100 anos do Museu Nacional, na Cinelândia. E a gente combinou: Vamos lá? Vamos participar? E a gente decidiu ir, afinal de contas, eram 100 anos, bastante tempo de história. E a gente quando chegou na recepção, lá na secretaria, a gente escreveu, a gente colocou o nome, a gente teve o acesso, entrou... Tinha intérprete presente, e uma mulher pediu um minuto e pegou o telefone e falou ao telefone, e pediu pra esperar um minutinho. Aí eu fiquei feliz, eu achei que eu ia ganhar um presente, nós duas. E nós ficamos esperando... Depois de 10 minutos, a gente perguntou: E aí? Aí ela respondeu: Espera só mais um pouquinho! A gente continuou esperando, mais de meia hora, o tempo se passou, ela continuou no telefone, e disse que a pessoa estava vindo. Quando a pessoa chegou, chegou um surdo! Um surdo pra nos atender... E a gente olhou, eu falei: Oi, eu sou surda! Ele respondeu: Eu também sou surdo, eu trabalho aqui, **mas eu não sei o que que aconteceu!** Será que foi alguma influência, será que foi erro na administração?! Mas a pessoa quando me chamou, me chamou pra ajudar, pra eu fazer o que?! Eu falei: **Não, não, não! Não preciso de ajuda não!** Eu perguntei: Você estuda no INES? Não, eu fui aluna do INES! Não, não, mas isso não tem nada a ver não! (...) Respondi pra ele: Com licença! Eu perguntei pra secretária, eu disse pra ela: **Oh, ele não é intérprete!** Ela respondeu: Não sei que aconteceu! Ela pegou o telefone, ligou de novo, ligou escondendo os lábios pra eu não fazer a leitura labial. E eu fiquei esperando quase 1 hora... 1 hora depois chegou um rapaz que é intérprete, com a camisa escrita no peito INTÉRPRETE, depois de 1 hora, que ele chegou, e disse: Oi, tudo bem? Qual o seu sinal? (...) Peraí, perai, fala devagar! Devagar! **E eu olhei assim e falei: Ah, você pedir pra falar devagar em LIBRAS comigo? Então você não é intérprete! Você não é intérprete! Desculpa, mas você não é intérprete! Vem cá... me dá aqui o caderno de reclamação que eu vou fazer um texto e vou registrar minha reclamação!** E a gente entrou, a gente foi participar, a gente foi andar e não

se preocupou mais com isso, a gente foi curtir o lazer, o nosso direito de acessibilidade linguística. (grifos nossos) (Entrevistada 2)

Todavia, também deve-se considerar que há equipamentos culturais que já têm outro olhar e outra prática inclusiva, a exemplo do Museu Imperial, localizado em Petrópolis/RJ, pois, ainda que não conte com um setor de acessibilidade, adotou medidas assertivas de acessibilidade para surdos (*“no caso do Museu Imperial, em Petrópolis, eu fui lá e lá eu recebi um guia, que foi assim, a gente apertava um número e tinha a sinalização”*).

Não obstante, deve-se registrar que para que haja uma prática plenamente inclusiva, o fator humano ainda se mostrou como importante no papel de acolhimento do usuário por parte do equipamento cultural:

(...) o ideal seria os locais oferecerem para o surdo, **que tivesse o tradutor-intérprete, funcionários surdos com formação também atuando, que pudesse contar sobre a História, fizesse um curso específico do que fosse oferecido**. O ideal seria **que fosse ofertado pra nós surdos nessa condição, em LIBRAS**. (grifos nossos) (Entrevistada 2)

Nas relações de consumo, em especial de serviços, a pessoa surda no papel de colaborador da entidade está muito mais próxima culturalmente dos clientes em igual condição de surdez. O mercado de trabalho precisa estudar formas de absorção dessa parcela da população para exercer funções necessárias, sobretudo quando se fala em políticas de acessibilidade e práticas inclusivas, o que não impede o exercício de qualquer outra atividade, mesmo que importe em não ter contato direto e constante com o público.

4.4. O lazer com interesses físicos

O lazer com interesses físicos é a categoria que reúne as práticas de consumo de lazer relacionadas à realização de atividades que implicam esforços e/ou exercícios corporais, como as práticas desportivas (DUMAZEDIER, 1979). Nessa categoria estão as atividades que são realizadas no entorno habitual do indivíduo.

As motivações do lazer com interesses físicos podem ser realizadas individual ou coletivamente, e ter finalidade de recreio, porém com foco na necessidade e no desejo de cuidado com a própria saúde.

As práticas desportivas podem estar relacionadas a questões psicológicas e sociais, como a predileção por atividades mais dinâmicas e de rendimento físico,

além da finalidade recreativa, exemplo da prática de esportes radicais, *trekking*, futebol semanal com os amigos, mas também pode ter o sentido de cuidado consigo e com seu próprio corpo com a finalidade de promoção da saúde física e mental.

Nessa acepção, o tempo de lazer pode ser aproveitado pelo prazer do autocuidado não para fins estéticos, mas com a finalidade de manutenção da saúde, permitindo-se uma condição físico-mental de qualidade de vida. Quando o caráter recreativo cede lugar à promoção da saúde, praticar esportes, ainda que coletivamente, congrega uma diversidade de motivações pessoais de cada praticante. Cada indivíduo que busca o autocuidado de saúde tem uma finalidade própria, quer preventiva, quer curativa para a questão de saúde que apresentar. A motivação do lazer está no indivíduo, reunindo, dessa forma, o caráter pessoal e o caráter desinteressado:

Também o lazer é muito na atividade de esporte, na atividade de pilates, de esporte, e **também é muito importante na área da saúde. (...) a importância do lazer é cuidar da saúde**, praticar esportes, nadar, praticar natação, fazer academia. (...) eu gosto mais de fazer pilates. Eu gosto de fazer também caminhadas, gosto de caminhar bastante. (grifos nossos) (Entrevistada 1)

(...) eu gosto muito de praticar academia porque eu gosto de **evitar sentir dores no corpo, na coluna, no ombro**. Então eu pratico bastante academia, eu gosto dessa atividade. Também **gosto de jogar futebol com meu filho**, eu gosto de animar, gosto de brincar. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

4.5. O lazer com interesses turísticos

O lazer com interesses turísticos é a categoria de atividades estudada por Camargo (2003) que inclui o conhecimento de novas paisagens, culturas, lugares e pessoas fora do entorno habitual do indivíduo por meio da prática do turismo. O turismo é um meio capaz de promover o intercâmbio cultural entre as pessoas surdas, ampliando seu conhecimento acerca da variação cultural tanto da cultura não surda quanto da própria cultura surda (*“Em diversos lugares, ir pro restaurante, conversar em língua de sinais, conhecer vários países (...) Conhecer outras culturas, isso eu amo demais”*).

No âmbito da cultura surda, viajar é uma forma de vivência e aprendizado sobre outras realidades do ser surdo (*“vou pra conhecer pessoas novas, pessoas surdas, pessoas que têm interesse em aprendizado, ver a diferença na regionalidade, em relação à LIBRAS”*). Da mesma forma que a língua falada

possui variação linguística, assim também ocorre com a LIBRAS, despertando o interesse do viajante surdo quando na prática de seu lazer turístico.

Atualmente, a pessoa surda dispõe de mais autonomia, na medida em que as ferramentas tecnológicas e o acesso à informação permitiram o compartilhamento de experiências entre os membros da própria comunidade, o que auxilia, incentiva e influencia a experiência de viagem de outros surdos:

Eu sou uma pessoa muito de mente aberta. Eu sou muito comunicativa. Eu não tenho medo. Eu me reconheço como pessoa surda, que o surdo é igual ao ouvinte. Mas como eu faço quando eu viajo, eu falo: Oh!... Eu explico logo: Olha, eu sou surda, por favor, faz a leitura labial, fala devagar pra eu poder entender, senão eu não entendo. Se eu não entender, se não houver comunicação, eu peço, eu passo pra escrita. Eu peço pra escrever (...) então, eu como surda, a comunidade surda, a gente tem muita dificuldade, a gente tem que se comunicar, a gente tem que passar as dicas. Às vezes, as pessoas não vão no lugar porque têm medo, então, eu indo, conhecendo o lugar eu passo bastante informação. Eu mostro e falo: Olha aqui, olha lá! Então, **eu sempre pesquiso com antecedência e me organizo pras pessoas perguntarem, eu saber explicar, e as pessoas ficam felizes com isso (...) seguem o exemplo e vão, têm vontade de conhecer o lugar, tem uma coisa satisfatória. Porque os surdos também não têm muita informação (...)** A culpa é da sociedade, da questão da falta de acessibilidade. (grifos nossos) (Entrevistada 1)

As línguas estrangeiras também promovem características culturais peculiares, o que desperta a curiosidade das pessoas surdas, não apenas pelas línguas de sinais de cada país, mas também pelas línguas faladas. O processo de aculturação de surdos que promove o contato com a língua falada de seu país desperta o interesse pela língua estrangeira e produz o fator lúdico (hedonístico) das diferenças (*“(...) fora do Brasil eu me divirto mais. Porque é outra língua (...) outra cultura, eu me divirto mais com isso. Eu tento aprender, me comunicar com a língua de sinais de outros países, isso pra mim é divertido”*).

As dificuldades de comunicação entre falantes de línguas diferentes têm, nas línguas faladas, o suporte da língua inglesa como uma espécie de língua franca para comunicação entre pessoas ao redor do mundo, considerando fatores geopolíticos, econômicos e culturais que não são objeto deste trabalho. No âmbito das línguas de sinais ocorre processo semelhante com a língua de sinais americana (*American Sign Language – ASL*), conhecida pelos surdos de diversos países, o que estimula processos culturais inclusivos, no âmbito dos Estados Unidos e do Canadá, onde tem o status de língua oficial da comunidade surda,

mas também em outros países que enxergam as pessoas surdas em suas necessidades e buscam atendê-las:

(...) tem mais acessibilidade em outros países. Porque eles utilizam mais a ASL, a língua de sinais americana. Lá nos Estados Unidos, lá é maravilhoso, tem muita acessibilidade... Eles utilizam a ASL... (...) **se eu vou num restaurante, eles utilizam ASL. Aqui no Brasil não, aqui no Brasil, a acessibilidade no Brasil é péssima. A gente tem muita dificuldade, muita barreira (...)** A gente vai nas lojas, o ouvinte não tem a comunicação que a gente gostaria. A diferença lá nos Estados Unidos, a acessibilidade lá é muito melhor do que no Brasil. Infelizmente... (grifos nossos) (Entrevistada 1)

Punta Cana, lá, na administração, na recepção, no resort que era imenso, e as pessoas falavam inglês, ok, tinha espanhol. E eu cheguei, eu falei: Eu sou surdo! Eu falei. Tem uma palavra em inglês: *Deaf*. Aí a pessoa pediu pra eu esperar, escrever, pediu um momentinho, **chamou o intérprete e o intérprete veio até mim. E ele utilizava a ASL**, e eu não sei falar em ASL, que é a língua de sinais americana. E a gente foi tentando se comunicar, aquilo pra mim foi um desafio. A gente aceitou o desafio. **LIBRAS e ASL são duas línguas de sinais diferentes, mas eu recebi essa acessibilidade lá.** (grifos nossos) (Entrevistado 3)

A oferta turística é disponibilizada para grande diversidade de público, com os mais variados perfis, o que pode ser um fator indutor do olhar que leva à construção de uma cultura inclusiva das pessoas com deficiência, em especial das pessoas surdas (*“Eu acho importante que todos os restaurantes, os garçons soubessem pelo menos o básico da LIBRAS”*).

Por esse ângulo, é possível observar que o turismo é capaz de, a partir de uma prática de hospitalidade mais ampla na tentativa de melhor acolher o turista, o passageiro, o hóspede, o cliente, auxiliar na superação de barreiras da comunicação pela pessoa surda.

Serviços de restauração não carecem de um nível de comunicação tão aprofundado em língua de sinais, até mesmo pelo fato de o produto principal do serviço ser o consumo de alimentos e bebidas, guardando-se certa intimidade do cliente durante essa prática.

Situação diferente ocorre em estabelecimentos hoteleiros quando não dispõem de mão-de-obra qualificada ao atendimento de surdos nem pelo conhecimento da LIBRAS nem pelas práticas adequadas ao atendimento desse público (COSTA, 2006; FARIA; CARVALHO, 2010; FARIA; SOUTO; ROCHA,

2011; FARIA; MOTTA, 2012; FARIA; FERREIRA, 2014; LACERDA; MANO; ABREU; BALDANZA, 2016):

(...) quando eu viajo fico no hotel. Às vezes o hotel não tem acessibilidade. O que eu percebo, eu percebo que **o hotel não tem acessibilidade**. Eu chamo um funcionário e pergunto, e já aviso com antecedência: Oh, eu sou surdo! Eu vou ficar hospedado nesse hotel! **Mas falta conhecimento, falta a sociedade conhecer sobre a cultura surda. Conhecer sobre o básico, poder saber o mínimo da LIBRAS porque o surdo, ele não tem condições de falar ao telefone, se bater na porta, se ligar, o surdo não atende essas chamadas, vai chamar o surdo como?** Aí eu explico essa questão pra eles verem a necessidade, que falta acessibilidade. E eu **passo as informações pra futuramente outras pessoas surdas forem naquele local, eles vão ter os mesmos problemas**. Eles **precisam fazer treinamentos**. Eu entendo porque não são todas as pessoas surdas que vão ali naquele mesmo hotel. Existem muitos outros hotéis que as pessoas podem ir. Mas eu vou. Sempre nos locais onde eu vou, vou passando as informações, vou transmitindo conhecimentos. Se todos os locais tivessem acessibilidade seria ótimo, não precisaria eu ficar dando essas explicações. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

(...) a gente sente porque existem falhas, por exemplo, **tem a programação do hotel: festas, brincadeira, lazer, a programação**. Às vezes, um daqueles eventos é cancelado e o hotel, a recepção, os funcionários também não avisam, não comunicam. Entre eles, eles sabem, às vezes eles esquecem que tem os clientes que são surdos. As pessoas, todo mundo que são ouvintes, às vezes, a informação do cancelamento é passada por microfone, na língua oral, todo mundo recebe a informação. Quando eu decido de ir, vejo que aquele evento foi cancelado e a gente quer reclamar por conta da falta de acessibilidade, das informações pra nós que somos surdos. Não é só uma vez que aconteceu não, essa falta da informação já aconteceu várias vezes. E sempre quando a gente viaja que chega num determinado local, quando a gente chega lá, **geralmente os hotéis, por exemplo, eu e a minha esposa somos surdos, a gente avisa aos funcionários: Oh, não esquece da gente não! Passa todas as informações pra nós, nós somos surdos! E, se acontecer qualquer coisa, você informar pelo microfone, a gente não recebe essas informações por conta da nossa surdez! E a pessoa responde: Ok! Mas, às vezes acontece delas esquecerem de passar as informações pra nós. Às vezes acontece muito de as pessoas esquecerem de nós**. (grifos nossos) (Entrevistado 4)

Se por um lado a literatura aponta para a necessidade de qualificação da mão-de-obra hoteleira, há o relato de experiências em que essa medida já vem sendo adotada de modo eficaz, tanto no aspecto da comunicação em LIBRAS quanto nas medidas necessárias ao cuidado com o surdo que impacta, inclusive, no fator segurança quando há a necessidade de contato com esse perfil de cliente

dentro das unidades habitacionais, o que pode ser compartilhado com outros surdos da comunidade:

(...) minha esposa e meu filho viajaram pra Maragogi e ficaram num hotel que tinha uma hospedagem que **a recepção tinha comunicação em LIBRAS**. E aquilo foi super interessante, **a gente se comunicou bastante** e a gente conseguiu **comunicar aos outros surdos dizendo que aquele local tinha acessibilidade linguística**. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

(...) a gente participou de um cruzeiro também que tinha outros surdos e **tinha um intérprete, tinha acessibilidade, a gente apertava uma campainha que acendia uma luz dentro do quarto**. Aquilo foi muito bacana, **a relação à acessibilidade, a gente se sentiu muito tranquilo**. E essas coisas poderiam se espalhar pelo mundo pra dar acessibilidade pra nós surdos. **Facilitaria bastante a vida da comunidade surda, a acessibilidade**. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

A prestação de serviços turísticos que recebem alto fluxo de clientes e que possuem suporte essencial na comunicação precisam ter maior atenção às necessidades de seus clientes surdos, de modo a evitar falhas na comunicação e, por conseguinte, na prestação do serviço que leva a uma prestação mais preocupada com eventuais ruídos na mesma:

(...) os pontos turísticos (...) onde muitas pessoas participam, eu como surda pra participar, a barreira na comunicação ela diminui, porque **existem pessoas, estrangeiros, pessoas de outros locais, pessoas ouvintes que vêm pra conhecer. As pessoas ouvintes de língua estrangeira, você sente que se põem no meu lugar**. Às vezes há barreira na comunicação, às vezes a gente consegue se comunicar, mas algumas vezes as pessoas não percebem que eu sou surda. Às vezes, não. Já em outros locais, onde não é ponto turístico, a falta na comunicação é muito maior, a barreira é muito maior. (grifos nossos) (Entrevistada 2)

Só uma coisa que eu lembrei, na viagem de avião, **no aeroporto foi um pouco confuso**. Mas não foi culpa nossa, de nós surdos, porque **houve uma mudança no voo, parece que o voo se atrasou. A gente teve que ter atenção no painel, ficar atento, porque às vezes as informações são passadas pelo microfone e a gente não recebe essa informação. A gente tem que ficar atento ao painel**. E tinha que perguntar ao funcionário do aeroporto, e falar assim: **oh, eu sou surdo! Quando houver alguma mudança, vocês precisam avisar isso pra gente!** E as pessoas respondiam: Ok! A gente ficava lá sentado, eu ficava olhando e **a informação era passada no microfone e a pessoa, essa funcionária não avisava, esquecia...** Eu tinha que andar até lá e perguntar: **E aí? Você esqueceu? Isso é um incômodo**. Eu tinha que ter atenção,

ficar percebendo as informações de forma visual. (grifos nossos)
(Entrevistado 3)

O atendimento direto de agenciamento e guiamento em atrativos turísticos, por ter um caráter mais comunicativo em comparação a equipamentos que oferecem serviços cujo consumo depende mais dos próprios consumidores, como hotéis e restaurantes, podem buscar mais diretamente uma tentativa de superar a barreira da comunicação garantindo uma maior atenção quanto ao proveito que o turista surdo está conseguindo ter ou não com a experiência de visitação:

(...) fui lá em Jalapão... Eu fui sozinha não. Fui com mais duas amigas e chegando lá, eu falei pro guia de turismo, pra agência, eu fui numa agência, eu falei: Oh... eu e minhas amigas somos surdas! Então, por favor, fala devagar, e também quando for falar tire a máscara! Eu sei que tem que manter uma certa distância, mas nós somos surdas e a gente quer entender tudo que for dito! A gente quer saber tudo que vai acontecer por aqui! E eles aceitaram numa boa. A comunica o fluiu perfeitamente, **eles se preocupavam se a gente entendia, se a gente não entendia. Eles digitavam, pegavam o celular e digitavam.** Eles perguntavam.  s vezes, na conversa, quando não dava pra entender, pra fazer a leitura, eu sempre falava: Devagar! (grifos nossos) (Entrevistada 1)

4.6. O lazer com interesses sociais

O lazer com interesses sociais dialoga com os 3 D's estudados por Dumazedier (1979), dado que são atividades que buscam a diversão, o descanso e o desenvolvimento pessoal e social do indivíduo, seja em seu núcleo familiar, seja com amigos, ou ainda com a comunidade surda, no caso do nosso estudo.

O tempo dedicado às obrigações diárias atribui ao lazer com interesses sociais o significado de quebra da rotina, caracterizando-o como tempo de lazer. Essa forma se manifesta como uma prática coletiva familiar, proporcionando um maior tempo de integra o e compartilhamento de atividades pelos membros de um mesmo núcleo familiar (*"gosto de ir (...) com a família, no zoológico, participar, (...) diversos locais, no parque (...) onde possa frequentar a natureza (...) Prefiro praticar atividades ao ar livre"*).

As motivações acabam em uma ordem mais emocional de quebra da rotina do que necessariamente a necessidade de realizar atividades ao ar livre, em contato com a natureza. Há um movimento de mudança de ambiente como opção ao espaço da casa com a função de descanso:

(...) a gente participa de clube, um clube. (...) Às vezes a gente fica em casa vendo filme, às vezes a gente vai caminhar junto com meus amiais, no caso com meu cachorro, ir passear com os cachorros. Mas **no final de semana, a gente fica mais em casa porque a gente estuda, trabalha.** Meu marido trabalha também, meu filho estuda. E a gente tá procurando passear mais durante as sextas-feiras e o sábado. (...) **Mas sábado, quando tá muito sol, muito calor, a gente vai pra praia (...) gosto muito de ir pra praia, gosto de fazer caminhada na praia também,** gosto de nadar, eu amo nadar, fazer natação. (grifos nossos) (Entrevistada 1)

O lazer é uma atividade que oportuniza a convivência entre indivíduos. Em grande parte das atividades, se o indivíduo não as está praticando coletivamente com seus entes, certamente estará em contato direto com a sociedade que o cerca. Desse modo, o lazer carrega em si um caráter amplamente socializador e de trocas culturais, o que permite o reforço de laços afetivos e culturais do indivíduo, a construção de sua identidade, o sentimento de pertencimento e o intercâmbio com outras culturas.

Nesse ponto de vista, por um lado, as pessoas surdas reforçam seus laços comunitários e sua vivência da cultura surda, e por outro lado, empreendem uma tentativa de superação de limitações e barreiras existentes no contato com a cultura não surda, o que nem sempre é possível dado que nem todas as pessoas estão dispostas a superar a barreira da comunicação com uma pessoa surda, seja com pessoas desconhecidas ou até mesmo com pessoas conhecidas:

(...) quando tem uma pessoa que eu não conheço, pode ser qualquer pessoa, eu sou capaz. Eu chego próximo àquela pessoa, tento me comunicar na escrita. **Às vezes o ouvinte, ele vê que eu sou surdo e tenta me evitar,** mas quando eu percebo que ele não tem muita paciência, às vezes se irrita, fica um pouco nervoso por conta da falta da comunicação. **É óbvio que teve comunicação, mas eu percebo bastante essa resistência dos ouvintes, entendeu?** É fácil prometer que está... quando eu encontro com um ouvinte ou quando eu faço uma pergunta e ele não me responde, eu pergunto e ele não me res... quando a pessoa responde, é uma pessoa boa, há comunicação, mas quando eu pergunto e a pessoa fica muda, quando ela não me responde, aí sim há uma barreira na comunicação. (grifos nossos) (Entrevistado 4)

(...) se eu encontro a pessoa e existe aquela falta na comunicação, aí eu ignoro, eu deixo de lado, eu vou procurar outra pessoa. Eu percebo pela fisionomia, o semblante. Observar se a pessoa dá pra se comunicar, aí eu agarro, eu seguro aquela pessoa e fico tentando obter as informações, tentando me comunicar com ela. Eu seguro aquela pessoa porque eu sei que ela vai passar as informações pra mim e a gente vai ter uma troca nas informações. Eu vou perguntar e ela vai me responder. (grifos nossos) (Entrevistado 4)

A minha família, algumas pessoas, elas sabem, elas conversam na língua oral, **mas alguns acham muito difícil a comunicação comigo, então há aquela barreira na comunicação.** (grifos nossos) (Entrevistado 4)

As condições como o lazer é oferecido pelo mercado oferece o risco de limitar o processo de consumo de pessoas com deficiência, o que pode levá-las a problemas na formação e expressão de suas identidades (HOGG; WILSON, 2004).

A LIBRAS enquanto evidência básica para pertencer à comunidade surda no Brasil se reflete nas atividades de lazer, pois note-se que não é a surdez que adere o indivíduo à comunidade surda, mas o traço cultural da aquisição de sua língua única, a língua de sinais (SÁ, 2002; LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020).

Em razão disso, a interação com a comunidade surda, ou seja, com aqueles indivíduos que são usuários fluentes da língua de sinais e que compartilham da cultura surda, tanto reflete nas escolhas dos consumidores surdos:

(...) desde pequena, eu cresci utilizando a LIBRAS. No meu local de trabalho, ouvinte que não sabe LIBRAS, ok, **mas pro meu lazer, não. O ouvinte precisa saber LIBRAS, no caso, as pessoas ouvintes, eles precisam aceitar o mundo dos surdos, estarem incluídas no mundo dos surdos. Então, pra mim, eu curto o meu lazer dessa forma.** (grifos nossos) (Entrevistada 2)

Sim, **tem muita diferença sim. É por causa da LIBRAS.** Eu sendo surdo, **eu me sinto mais tranquilo conversando, me comunicando com outros surdos do que com uma pessoa ouvinte falando em português. Com os ouvintes não, eu sinto mais dificuldade de acompanhar a conversa, em me comunicar. Eu preciso ficar perto, fazer a leitura labial.** Então isso pra mim é diferente. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

Bem como reflete no nível de proveito dessas atividades. As práticas de consumo de lazer com os membros da comunidade surda fluem melhor e excluem as barreiras que tanto afetam a interação dos surdos com a cultura não surda:

É diferente, (...) junto com os surdos. No passeio eu me divirto muito mais junto com os surdos. Já com os ouvintes, (...) me convidam pra ir em festa e eu participo, eu vou. Eles me convidam pra ir nos lugares, mas, depende. (...) por exemplo, meus amigos ouvintes me convidam pra ir à festa. A gente conversa, a gente interage, a gente bate papo. Mas, normal. **Festa de surdo a gente fica a madrugada inteira, de ouvinte**

não fico a madrugada toda não. Mas de surdo a gente tem muito assunto pra falar, a gente conversa bastante, é completamente diferente o relacionamento de surdo com o de ouvinte. (...) Porque eu percebo que em uma festa de ouvinte... até 5 horas da manhã, 4 horas da manhã. Eu percebo essa diferença. Às vezes eu vou na festa de ouvinte. Se tiver só eu de surda, aí eu vou embora mais cedo. Já com o surdo não, com o surdo a gente fica até a hora acabar. (...) eu participo mais de festas na comunidade surda. (...) quando eu estou com um grupo de surdos, a gente se diverte muito mais, a gente se dá muito melhor. O adulto é muito melhor eu me relacionando com surdo do que com ouvinte por conta da minha profissão, da minha língua. E a gente participa, a gente fica nos lugares até acabar. Mas, quando eu namorava com ouvinte eu não fazia tanto isso. A minha vida mudou depois que eu comecei a me relacionar com surdo. Eu tenho dois mundos, eu transito por dois mundos, um no mundo surdo e outro no mundo dos ouvintes. Mas eu cresci no mundo dos ouvintes, eu tive relacionamento com rapazes ouvintes também. E eu tenho muitos amigos que são ouvintes e, às vezes, eles me convidam e a gente fica conversando durante muito tempo com ouvinte, mas a quantidade de tempo é menor do que no relacionamento com as pessoas surdas. (grifos nossos) (Entrevistada 1)

Com surdos eu me comunico rápido. Com ouvintes não. Com ouvintes demora. **É uma informação uma vez ou outra. E também eles não passam pra mim muitas informações, não puxam muito assunto comigo. Por exemplo, em relação aos meus amigos ouvintes, a conversa oralmente sobre política, a gente conversa sobre governo, sobre os estados, e eu bato papo com os meus amigos ouvintes, eu tento conversar com eles, mas eu não recebo as informações porque eles não conseguem passar a informação pra mim. Eles acham isso muito pesado e existe a barreira na comunicação. Já com os surdos, eu converso tranquilamente. A gente tem essa troca na informação, com o surdo não tem problema. Já com os ouvintes, a gente só conversa besteira, aí a conversa flui. Com os surdos também, tanto uma conversa pesada quanto uma besteirinha a gente conversa tranquilamente. (grifos nossos) (Entrevistado 4)**

As pessoas surdas imersas na comunidade surda cresceram circunscritas aos ambientes de predominância da cultura surda, como as associações de surdos (*“Eu frequentava muito a associação. Eu ia muito nas associações (...) todo sábado (...) todo mundo ia pra lá pra bater papo, pra frequentar (...) às vezes acontecia festivais, eventos culturais, (...) competições de esporte”*).

Ainda hoje, as associações são ambientes para interação com integrantes de comunidades surdas de outras localidades. Se uma pessoa surda viaja para um destino, não será a falta de estrutura adequada às suas necessidades que a impedirá de viver essa experiência. Porém, a existência de uma associação de surdos permitirá que ela se aproxime da comunidade surda local, o que torna sua

viagem mais comunicativa e integradora (*“se o local não tiver surdo, pra mim não tem problema, eu vou assim mesmo. (...) tiver uma associação de surdo, eu anoto o endereço (...) vou lá, visito essa associação”; “Ir pra restaurante, pra associação, ficar conversando em LIBRAS, batendo papo”*).

Entretanto, as práticas de consumo de lazer de pessoas surdas inevitavelmente dividem espaço com as práticas e meios culturais não surdos, independente se é o caso de um lazer cultural ou de um simples processo de ir ao restaurante comer. Nos mais variados espaços, as pessoas surdas, grupo social minoritário, são esquecidas e acabam por precisar se adaptar ao que tem disponível, ainda que isso impeça que sua experiência de consumo seja plena. Os museus, que são por definição espaços educativos, fazem um bom trabalho de recepção na educação museal.

Contudo, ignoram a diversidade em sentido amplo que uma instituição com fins educativos invoca, nos dias atuais, para um olhar voltado aos grupos mais vulneráveis, de modo a incluí-los em sua oferta ao público. Se não é fato que existem públicos com necessidades específicas, ao menos há uma espécie de presunção da existência de características que podem não condizer com a realidade desses sujeitos. Um exemplo disso é considerar que todo surdo possui a habilidade da leitura em língua portuguesa, como se o público surdo fosse composto apenas por pessoas que passaram por um processo regular de escolarização que lhes permitiu adquirir a língua portuguesa com fluência.

Nessa situação, como forma de enfrentar as limitações impostas, a pessoa surda que tiver mais fluência acaba permeando seu tempo de lazer por práticas associadas ao seu dia a dia de trabalho, como forma de solidariamente auxiliar àqueles surdos que tiverem condições mais dificultosas na prática de lazer disponível, o que acaba impondo-lhes um agir social, não desinteressado, na tentativa de reparar uma falha na prestação do serviço em razão de uma necessidade surgida, mas que não deveria existir se houvesse um adequado planejamento e implementação de políticas efetivas de acessibilidade, sacrificando o seu tempo de lazer por obrigações com pessoas do seu grupo que deveriam estar a cargo do prestador do serviço:

(...) nos museus, às vezes, tem um monitor, tem o guia, mas o problema é que eles falam português. Pra mim isso não funciona. E eu vejo os quadros, eu vejo as estátuas e as molduras, eu procuro ler e fazer a tradução pra minha língua. Eu leio e quem tiver comigo, eu interpreto, fazendo uma tradução. (...) eu tenho que ir passear e depois ainda ter que fazer, trabalhar. (grifos nossos) (Entrevistada 2)

É um equívoco trabalhar com políticas de acessibilidade sem considerar a eficácia das medidas adotadas. Por isso, torna-se essencial que pessoas com deficiências em suas mais variadas modalidades e identidades contribuam para a construção da política de acessibilidade do equipamento cultural. Em mesmo sentido, não se deve considerar apenas uma identidade dentro do espectro de determinada deficiência e centrar nela todas as políticas (*“eu nunca tive problema, mas depende... cada surdo é um surdo. (...) depende muito do surdo, não conhece a língua portuguesa, às vezes tem surdo que não sabe ler, a barreira na comunicação é muito maior”*).

Isso mostra a necessidade de que as políticas sejam pensadas pelas pessoas a quem se destinam, preferencialmente como mão-de-obra absorvida pelo mercado, ou ao menos que sejam ouvidas na forma de consultoria ou no assessoramento contínuo para o melhor e mais adequado direcionamento das práticas inclusivas:

(...) quem trata da política pensa que os surdos são todos iguais. (...) faz uma generalização muito grande, eles pensam que são iguais, **mas não são.** Então **existem diferentes tipos de identidade.** Por exemplo, se eu pegar uma pessoa surda oralizada, ela vai conseguir ler (...) os surdos são diferentes, **tem surdo que é oralizado, tem surdo que tem implante coclear, tem surdo que é fluente em LIBRAS.** Então, depende muito, existe uma variedade muito grande (...) em todos esses lugares é necessário que haja um setor, de acessibilidade. (...) **não é no caso de ter pessoas ouvintes não. Precisa chamar o surdo, precisa chamar o cadeirante, precisa ter o cego, precisa ter pessoas com autismo, (...) cada tipo de deficiência atuando naquele local pra poder passar as informações dessas áreas específicas com exatidão.** (grifos nossos) (Entrevistada 2)

As barreiras e limitações existentes na comunicação entre surdos e ouvintes podem provocar reações absolutamente desagradáveis e que desmotivam aos surdos de repetirem a vivência daquela experiência:

(...) eu fui tratada com deboche, mas, por exemplo, na farmácia, no hospital, em restaurante, ou algum desses lugares **onde for tratada com deboche eu não volto mais.** (grifos nossos) (Entrevistada 2)

(...) a gente convivia e sempre me chamavam pra gente sair, pra passear, pra ir pra balada, pra viajar. E aquilo era super tranquilo, a gente tinha aquela companhia. **Mas o problema é que algumas pessoas caçoavam de mim,** me chamavam de mudo porque eu não conseguia falar. Eu falo, mas o problema é que a minha voz é diferente. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

Mas antigamente, na década de 1980, mais ou menos nesse período, **as pessoas ouvintes caçoavam muito dos surdos**. Ficavam **fazendo esses sinais de forma preconceituosa, no caso pra mim**. Só que eu não me irritava, não me irava não. **Eu ignorava, deixava pra lá. Mas alguns surdos se sentiam muito ofendidos com isso. Às vezes brigavam**, mas eu não, eu ignorava. (grifos nossos) (Entrevistado 4)

Lages e Martins (2006) salientam que a dificuldade de percepção da deficiência pelas outras pessoas acaba levando os surdos a uma situação de marginalização. Essa não identificação enquanto pessoas com deficiência leva ao julgamento de os surdos estarem, na verdade, se passando por essa posição fazendo uma brincadeira com seus interlocutores (LAGES; MARTINS, 2006).

Em resposta, muitos ouvintes acabam fazendo gracejos que são percebidos pela pessoa surda, sendo absolutamente desrespeitosos. Encarar um mundo de dificuldades não é uma novidade para quem difere das condições da maioria, mas o respeito é condição inegociável para as relações:

(...) depende muito das pessoas que me dão o tratamento. **Precisa me tratar com respeito. Eu exijo das pessoas respeito!** Se não entender, tudo bem. Elas precisam ter paciência, precisam escrever, principalmente ter paciência, essas duas coisas: **paciência e respeito. Isso eu me sinto bem**. Mas em qualquer lugar acessibilidade surda é difícil, é **importante o atendimento ser de qualidade e o respeito também. Respeito e paciência. As pessoas precisam ter a mente aberta**. (...) Não importa olhar pra mim, que sou surda, **me vê como pessoa, como ser humano**. (grifos nossos) (Entrevistada 2)

De fato, há um profundo desconhecimento acerca da realidade e da cultura das pessoas surdas. O espanto não é algo inesperado, mas ele não valida nem incentiva que haja uma posição desrespeitosa. É pelo contato e pelas trocas humanas que preconceitos são discutidos, revistos e superados:

Quando eu cheguei, eu vi e falei: Ah, esse rapaz é famoso! (...) Estava no mesmo hotel junto com a gente. A comunidade surda, a gente estava conversando e **ele veio até a gente com interesse e intenção de aprender LIBRAS**. Aí eu ensinei pra ele. Ele perguntou: **Você é surda? Você viaja sozinha?** Eu respondi: Sim ué, o que que tem? Ele me perguntou: **Mas você é surda, como é que você se comunica?** Aí eu falei: Igual a você! Surdo e ouvinte, a diferença é a língua! No caso, a gente conversa em língua de sinais, você em português! Às vezes tem que escrever, tem que utilizar a escrita! **E ele abriu um semblante, ele achou muito interessante. Ele viu que o surdo é capaz de fazer sim, muitas coisas, e o surdo tem que romper essa barreira, ele tem que passar as informações**.

Esse rapaz famoso, ele quis fazer um vídeo e a gente divulgou no Instagram, e a gente agradeceu pra ele. (grifos nossos) (Entrevistada 1)

As pessoas surdas precisam ser vistas, reconhecidas e valorizadas, pois contribuem com a realidade trazendo aspectos de sua cultura e sua visão de mundo ante as dificuldades, o que pode tornar a convivência social mais harmoniosa e promover um diálogo respeitoso e o acolhimento de todos os indivíduos que apresentem característica específicas, diferentes da maioria, mas que são igualmente cidadãos, pessoas humanas, que têm identidade, personalidade, gostos, anseios e, a base das relações de troca no mercado, poder aquisitivo.

Em relação ao mundo ouvinte, eu sempre convivi. E eu tinha sofrimentos em relação à comunicação. Eu tinha mais trabalho, eu não conhecia LIBRAS, não conhecia intérprete, **não recebia informação nenhuma**. Em relação ao mundo surdo, depois que eu conheci minha esposa, ela me ensinou, **me ajudou bastante o que significava a cultura surda. Eu aprendi e achei aquilo muito legal. Passei a utilizar LIBRAS, passei a me comunicar com LIBRAS, isso é muito melhor. Passei a me aprofundar mais nas questões diferentes do mundo ouvinte**. Por exemplo, **no mundo ouvinte eu sofria e hoje eu não sofro mais. Eu me sinto mais confortável, mais tranquilo, eu consigo entender, eu consigo saber das coisas, receber as coisas mais claras**. (grifos nossos) (Entrevistado 3)

5 Conclusão

Esse trabalho investigou o consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos. O foco do estudo recaiu sobre as barreiras e limitações encontradas por essas famílias em suas práticas de consumo de lazer. Tal questão se mostrou importante na medida em que são escassos os estudos em Administração e Marketing sobre o comportamento de consumo de pessoas com deficiência, especialmente os surdos, sendo necessário compreendê-las à luz da perspectiva de uma cultura própria que vivenciam (PORIA; REICHEL; BRANDT, 2011; SHI; COLE; CHANCELLOR, 2012; COELHO; ABREU, 2017; FARIA; SILVA; FERREIRA, 2017) e das necessidades comunicativas que possuem, partindo da barreira comunicativa que observamos no relacionamento entre pessoas surdas e pessoas não surdas baseada nas diferenças entre o uso da língua gestual e da língua oral, bem como pelo desconhecimento do mercado sobre o comportamento de consumo desse público.

Pretendemos contribuir com outros pesquisadores de Administração para reflexões no desenho de futuras pesquisas que tiverem indivíduos surdos como sujeitos de pesquisa, especialmente nos procedimentos de coleta de dados. De igual modo, pretendemos provocar a reflexão nos responsáveis pela concepção de políticas públicas de acessibilidade e de políticas de acessibilidade na prestação de serviços, destacando a necessidade de conhecer de perto o público-alvo a partir de suas falas como base que oriente práticas efetivamente inclusivas.

Considerando que o mundo se constitui culturalmente sem considerar a diversidade humana, especialmente quando se trata de grupos minoritários e vulneráveis (MCCRACKEN, 2003), ainda existe uma limitação nos recentes estudos sobre essas populações.

Lambez *et al.* (2020, p. 257) definem o ser surdo como uma característica que faz parte da identidade da pessoa surda, segundo a perspectiva sociocultural, uma vez que constituem *“uma comunidade que tem uma única língua, códigos culturais diferentes dos da comunidade não surda, seus próprios eventos e conferências, e estruturas culturais e de lazer”*, sendo um grupo sociocultural minoritário com características linguísticas e culturais próprias e que se agrupa para troca de vivências enquanto seres visuais, compondo um grupo social em

desvantagem (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020; BAT-CHAVA, 1994; DAVIS, 1995; DOLNICK, 1993; HUMPHRIES, 1996; SKLIAR, 1998; QUADROS; KARNOPP, 2004; SÁ, 2006; ABREU, 2020).

O modelo socioantropológico da surdez define que os surdos formam comunidades unidas pela língua de sinais, natural e complexa, sendo, portanto, a evidência básica para pertencer à comunidade surda, motivo pelo qual ela é o meio de melhor expressão dos indivíduos surdos que a tenham adquirido (SKLIAR; MASSONE; VEINBERG, 1995; SÁ, 2002; MCCLEARY, 2003; BISOL; SIMIONI; SPERB, 2008).

Nesse sentido, existem barreiras e limitações nas relações entre pessoas ouvintes e pessoas surdas que se formam a partir de uma barreira comunicacional que afeta a autonomia e a independência desses indivíduos (LOPES; VIANNA; SILVA, 2017), sendo importante destacar que não existe uma homogeneidade dentro desse grupo assim como não há em outras modalidades de deficiência nem entre pessoas que compõem os grupos majoritários (SKLIAR, 1998), motivo pelo qual as políticas de acessibilidade não devem ser desenhadas com um olhar homogêneo desses grupos sociais vulneráveis, sendo imprescindível, para tanto, que o público-alvo dessas políticas seja ouvido a fim de nortear a implantação de políticas efetivas e eficazes.

O estudo do comportamento do consumidor atrai a atenção do mercado, uma vez que estimula a concorrência em uma economia globalizada desafiando as empresas na conquista de novos e manutenção dos mercados em que atuam (CASOTTI; SUAREZ, 2016). Na conquista de novos consumidores, a propaganda se apresenta como a etapa anterior ao processo de compra. Para as pessoas surdas, ela é uma das primeiras barreiras comunicacionais que limita as práticas de consumo de bens e serviços desses indivíduos, a exemplo do consumo de propagandas de viagens e serviços de lazer, como a venda de pacotes turísticos, que apresentam um discurso oral e sua entonação associados à trilha sonora e à riqueza de cores e imagens apresentadas como importantes ferramentas de comunicação para atrair os clientes do varejo (MEIRA; AMARO; ALMEIDA, 2009).

No processo de compra, Meira, Amaro e Almeida (2009) apontam que o surdo tem uma situação pior do que a de um estrangeiro, considerando a dificuldade com a língua portuguesa, além de não processar estímulos sonoros. Em razão disso, quanto maior a necessidade de troca de informações nesse processo, mais provável é que a pessoa surda leve um ouvinte de seu convívio como acompanhante para auxiliá-la, o que reduz sua autonomia e aumenta as

influências que sofre de uma cultura diversa da sua cultura surda (MEIRA; AMARO; ALMEIDA, 2009).

No processo de consumo de serviços de hospitalidade, Lacerda *et al.* (2016) destacam os problemas de comunicação enfrentados por surdos em equipamentos de hospedagem que têm duas origens: o fato de não ser uma condição facilmente percebida e a dificuldade de encontrar indivíduos fluentes em LIBRAS, configurando-se como uma forte barreira comunicacional decorrente da indisponibilidade de mão-de-obra qualificada para o atendimento desses clientes, até mesmo, como apontam estudos, em grandes capitais como Belo Horizonte (COSTA, 2006; FARIA; CARVALHO, 2010; FARIA; SOUTO; ROCHA, 2011; FARIA; MOTTA, 2012; FARIA; FERREIRA, 2014; LACERDA; MANO; ABREU; BALDANZA, 2016).

Dentre as principais questões abordadas em nosso estudo, salientam-se as barreiras comunicacionais apontadas pela literatura quando o indivíduo vive em contexto exclusivamente ouvinte, causando desconfortos nesse sujeito. Nesse sentido, crianças que nascem surdas e vivem cercadas por pessoas ouvintes que se comunicam com elas apenas oralmente podem se sentir isoladas (LAMBEZ; NAGAR; SHOSHANI; NAKASH, 2020). Essa barreira comunicacional começa a ser construída ainda no ambiente familiar.

Contudo, as pessoas surdas compartilham de gostos, desejos, sentimentos e práticas comuns à vida cotidiana de outros grupos sociais, não dependendo da condição de ser ou não pessoa surda. No lazer não é diferente, pois o mesmo cumpre as mesmas funções e despertam os mesmos interesses que na maioria das pessoas. Neste estudo, partimos das funções do lazer preconizadas por Dumazedier (1979) de divertimento, descanso e desenvolvimento pessoal e social, o que nos permitiu compreender, descrever e agrupar, a partir dos relatos dos sujeitos de pesquisa, as atividades por eles desempenhadas em categorias de análise de acordo com os interesses do lazer em intelectuais, físicos, turísticos e sociais (DUMAZEDIER, 1979; CAMARGO, 2003).

O lazer exerce um papel importante na vida do ser humano, sendo constituído por um grupo de características que lhe confirmam um caráter libertário, desinteressado, hedonístico e pessoal (DUMAZEDIER, 1979).

O caráter libertário está na liberdade, na liberação total do indivíduo de suas obrigações, sejam elas profissionais, familiares, políticas ou espirituais, sendo garantida a livre escolha do que fazer, ou não fazer, de seu tempo. O caráter desinteressado retira do lazer a finalidade específica, seja material, lucrativa, profissional, utilitária, social ou política, não havendo uma finalidade pré-

estabelecida na realização da atividade. O caráter hedonístico traz ao indivíduo a escolha de buscar o prazer em oposição à natureza inescusável daquilo que é sua obrigação realizar. É o prazer proporcionado pelo ócio, o deleite que se tem pela liberdade plena de não se sentir obrigado a nada. O caráter pessoal proporciona o atendimento das necessidades individuais pelo lazer de modo livre e não obrigatório, seja descansando, seja se entretendo e nas relações sociais, seja pelo desenvolvimento pessoal e social a partir de suas motivações e convicções estritamente pessoais.

Para aprofundar a análise pretendida, investigou-se a perspectiva de Skliar *et al.* (1995) quanto ao modelo socioantropológico da surdez e de Lambez *et al.* (2020) pela perspectiva cultural do ser surdo, de Dumazedier (1979) sobre as funções do lazer e também das práticas de lazer segundo os interesses dos indivíduos em consonância com o estudo realizado por Camargo (2003).

Para atingir o objetivo pretendido realizou-se pesquisa de campo de estudo de casos com duas famílias do Rio de Janeiro chefiadas por casais surdos. Inicialmente, nossa proposta era realizar o presente estudo comparando dois grupos de surdos, um composto por alunos surdos de Letras/LIBRAS de uma instituição federal de ensino superior e outro composto por alunos surdos de Pedagogia Bilíngue LIBRAS-Português de uma instituição federal de ensino especializada em surdos.

Em razão da pandemia da COVID-19, a realização de uma quantidade grande de entrevistas, sem a possibilidade de encontros presenciais, tornou a proposta inviável. A partir dessas limitações, decidimos reorientar o foco de estudo com a mudança dos sujeitos de pesquisa para famílias chefiadas por casais surdos. De modo a enriquecer nosso estudo, buscamos algumas características dos sujeitos focais, a fim de poder comparar as famílias investigando a eventual ocorrência de práticas culturais e de consumo diferentes entre si.

A seleção das fontes de informação observou os seguintes critérios: 1) que fossem pessoas que não fizessem uso de qualquer dispositivo, como implantes cocleares, que tem a função de superar a perda auditiva, ainda que não proporcione audição plena, restando algum grau de diminuição da audição em relação aos parâmetros médicos de normalidade, o que permite considerá-las como pessoas com baixa audição, e 2) que fossem pessoas com surdez total.

Nossa intenção com essa escolha foi compreender as limitações e barreiras comunicativas existentes entre um mundo ouvinte e um mundo plenamente surdo, o que nos permite analisar a formação de uma cultura surda ante um mundo

ouvinte que propõe políticas de acessibilidade, as quais poderiam não ser tão efetivas quanto se pretendiam.

Ambas as mulheres nasceram surdas, tendo uma crescido em um ambiente familiar composto integralmente por ouvintes e a outra em um ambiente familiar totalmente composto por surdos usuários da língua de sinais. O marido da primeira mulher perdeu a audição no primeiro ano de vida em decorrência de doença, e, assim como ela, cresceu em um ambiente plenamente ouvinte, tendo também adquirido a LIBRAS na juventude (ela aos 15 anos e ele aos 19 anos). O marido da segunda mulher nasceu surdo em um lar integralmente ouvinte, mas estudou em escolas para surdos com o uso da língua de sinais desde o início de sua escolarização, sendo restrito a esse ambiente.

Foram realizadas quatro entrevistas em profundidade semiestruturadas, sendo uma com cada sujeito de pesquisa, com duração média de 50 minutos, e os dados foram coletados via software de comunicação *Zoom* com a mediação e suporte de um tradutor-intérprete de língua de sinais (TILS) tanto para a interpretação das perguntas do Português para a LIBRAS quanto para a tradução das respostas da LIBRAS para o Português.

As dificuldades do uso da ferramenta ocorreram pelo uso da internet que acarretou em instabilidades na transmissão de dados, levando ao congelamento de áudio e vídeo em alguns momentos, sendo necessário que o pesquisador, o entrevistado e o TILS precisassem repetir o que estava sendo dito, interpretado ou traduzido. Além disso, a ferramenta possui limitação de tempo a 40 minutos para uso gratuito quando a reunião tiver mais do que dois participantes, caso de nosso estudo que contou, além do pesquisador e do entrevistado, com o TILS. Por isso, foi necessário fazê-las em dois blocos, o que pode interromper a espontaneidade do entrevistado em sua produção narrativa.

O uso do TILS nas entrevistas foi escolhido como procedimento padrão para estudo com surdos por respeitar o uso da LIBRAS pelos entrevistados como sua língua natural, sendo a língua na qual se expressam com mais fluência, além de não precisar que a entrevista fosse realizada por escrito, o que poderia tornar mais limitada a produção discursiva. Além disso, o TILS é um mediador no contato com a comunidade surda, pois a língua mais do que um código que serve à comunicação, é um meio de expressão da cultura de seus usuários. Desse modo, o uso da LIBRAS respeita os códigos e referências da cultura surda.

Os dados foram tratados através da técnica de análise de conteúdo, segundo Bardin (2016). Na fase da pré-análise foi definido o *corpus* de trabalho, a estruturação e a operacionalização das principais ideias. No presente estudo,

partimos das categorias de análise a partir dos tipos de lazer segundo os interesses dos indivíduos, conforme Dumazedier (1979) e Camargo (2003). Na fase da exploração foram identificados temas por meio das similaridades entre trechos das falas e suas variações, sendo agrupados os trechos segundo o tipo de atividade desempenhada e suas motivações. Na fase de tratamento de dados foi feita a consolidação desses grupos divididos no processo de exploração e esses resultados foram discutidos à luz das categorias a partir da literatura sendo produzidas descrições sobre eles.

As entrevistas iniciaram sempre pedindo que os entrevistados contassem um pouco de si, oportunidade em que falaram sobre suas vidas, suas trajetórias, configurações familiares, suas formações, o que fazem profissionalmente e, invariavelmente, mencionaram a questão do contato com surdos, com a cultura surda e sobre sua aquisição da LIBRAS. A língua oral é utilizada por uma família que não sabe LIBRAS inclusive com o membro surdo, o que nem sempre permite que essa pessoa consiga participar da comunicação de maneira efetiva.

Os dados apontaram que ser filho surdo de família ouvinte é capaz de gerar sentimentos além do isolamento apontado por Lambez *et al.* (2020). Na verdade, sentimentos como cansaço, culpa pelo desconhecimento dos outros sobre como lidar com sua condição de surdez, além de sentir-se estar incomodando a eles, nascem da falta de informações pautadas pela dificuldade de lidar com pessoas em língua oral, sendo necessário estar a todo tempo atento, fazendo leitura labial.

Em seguida, buscou-se analisar a compreensão do que é lazer pelos entrevistados. As funções do lazer abordadas por Dumazedier (1979) foram identificadas na maneira como esses sujeitos definem o lazer. A função divertimento aparece associada ao lazer como meio de descontração e a função descanso está ligada à ideia de relaxamento e bem-estar mental.

O caráter libertário aparece na dicotomia trabalho x local de diversão (lazer), onde se pode descansar e esquecer dos problemas e do trabalho. O caráter desinteressado libera o sujeito da pressão das obrigações por meio do relaxamento. Já o caráter hedonístico se apresenta pela busca do prazer em local que dá satisfação, prazer de frequentar. Por fim, o caráter pessoal está localizado nas necessidades de autocuidado pela motivação do lazer como promotor do bem-estar físico e da saúde física e mental.

Nas categorias de análise do presente estudo, o lazer com interesses intelectuais comporta as práticas de consumo de lazer do indivíduo com interesses de cultivo do intelecto e da cultura (DUMAZEDIER, 1979). Enquanto expressões das referências e da formação dos indivíduos que influenciam suas maneiras de

ler o mundo, essas atividades atuam como formas de intercâmbio cultural com as culturas não surdas, mas também entre culturas surdas diferentes.

A prática pode se dar individualmente ou em equipamentos coletivos. Em ambos os casos, por serem produtos de uma cultura ouvinte, depende-se de fluência na habilidade de leitura da língua escrita do local, o que exige do indivíduo uma formação linguística diferente de sua língua natural gestual. No entanto, a leitura é uma forma de entretenimento individual, em casa, que permite superar as barreiras comunicativas, sendo a principal fonte de estímulos de um mundo não surdo que garante certo grau de autonomia ao indivíduo.

A busca por equipamentos culturais revela barreiras comunicativas em razão da falta de acessibilidade linguística nos produtos e equipamentos culturais, a exemplo de filmes do cinema nacional que não oferecem legendas ou interpretação para LIBRAS e eventos culturais que não dispõem de TILS durante sua realização. Percebeu-se que mesmo quando a acessibilidade está disponível, ela ainda não é oferecida de maneira eficiente e efetiva com a tradução e a interpretação de língua de sinais, havendo casos em que foi divulgada como disponível e no momento do evento, com a presença de público surdo, na verdade percebeu-se que não haviam se preparado para cumprir com o ofertado.

Há que se ressaltar que indivíduos surdos percebem barreiras enquanto um problema da sociedade, e não uma questão de limitações, uma vez que não se percebem como pessoas com limitação e apontam o dever da sociedade de eliminar as barreiras que impedem o pleno exercício do direito de acessibilidade enquanto cidadãos.

Para isso, é primordial que haja espaço para que os surdos protagonizem a discussão por meio do relato de suas experiências, não apenas na posição de público-alvo, mas também como colaboradores na prestação de serviços com a devida qualificação para o exercício das atividades, a exemplo dos mediadores de exposições em museus no atendimento de outros surdos. Iniciativas como a do Museu Imperial, que oferece suporte de equipamentos de tecnologia da informação e comunicação com informações interativas, devem ser celebradas. Contudo, o fator humano ainda é um diferencial na hospitalidade, ou seja, no acolhimento e na humanização do atendimento, dada a melhor capacidade de reconhecer e dialogar com diferenças culturais surdas. Cabe ao mercado estudar formas de absorver essa parcela da população como mão-de-obra, não apenas no atendimento ao público, promovendo a inclusão em outras formas de trabalho.

O lazer com interesses físicos abrange as práticas de consumo de lazer relacionadas à realização de atividades que implicam em esforços e/ou exercícios corporais, como as práticas desportivas recreativas (DUMAZEDIER, 1979).

Entretanto, a motivação principal está no cuidado com a saúde física e também mental, havendo escolha por atividades de acordo com os gostos do indivíduo, sejam atividades mais dinâmicas, como esportes radicais, seja de cuidado do corpo e da mente. Não foi percebida qualquer motivação associada à imagem ou estética corporal. Os dados do campo apontam para a busca de atividades tanto de prática individual quanto coletiva. Atividades como prática de academia visam a prevenção de dores corporais provocadas pela falta de atividade física, já atividades como pilates mostram a necessidade de equilíbrio físico e mental. Há também a predileção por atividades como a prática de natação, de futebol, mas também de brincadeiras com o filho.

O lazer com interesses turísticos é um meio de conhecer novas paisagens, culturas, lugares e pessoas fora do entorno habitual do indivíduo por meio da prática do turismo (CAMARGO, 2003). Por meio delas também pudemos notar a característica de intercâmbio cultural com culturas não surdas e entre culturas surdas diferentes, mas diferente do lazer com interesses intelectuais, as atividades de interesse turístico promovem o contato entre sujeitos que vivem em lugares e culturas distintas, sem a característica de cultivo do intelecto ou de manifestações e representações culturais.

Os consumidores com esse interesse de lazer buscam atividades como conhecer outros países e suas culturas, conhecer culturas surdas e as variações regionais da LIBRAS, frequentar restaurantes etc. As ferramentas tecnológicas, como a internet, ampliaram a autonomia das pessoas surdas na busca de informações sobre os destinos que desejam visitar, bem como auxiliou o compartilhamento de experiências com outros membros da comunidade surda.

Identificamos que ainda existem barreiras e limitações nos principais ambientes, como restaurantes, aeroportos, pontos turísticos e, principalmente, hotéis, em razão da falta de mão-de-obra qualificada para o atendimento em LIBRAS. Na ausência de alguém que saiba LIBRAS ocorre muitas vezes o esquecimento do cliente surdo no momento de avisar eventuais mudanças. Houve relatos de situações em aeroportos quando foram esquecidos no aviso de troca de portão de embarque que não foi atualizado no painel, mesmo avisando que eram surdos e que não receberiam informações dadas por microfone, sendo necessário sentir o incômodo de passar pela situação de esquecimento e ter de ficar perguntando reiteradamente se algo havia acontecido, bem como em hotéis

que alteraram ou cancelaram programações dos clubes de lazer e, mesmo a recepção estando ciente de que se tratava de hóspedes surdos, as informações foram passadas por microfone e os indivíduos surdos se preparam para participar, apenas sabendo do cancelamento na hora prevista de realização.

Por outro lado, a investigação apontou que a presença do colaborador que saiba LIBRAS foi suficiente para a acessibilidade ser garantida, o que acontece mais comumente no exterior, como Estados Unidos, Canadá, e até na República Dominicana que não tem a língua inglesa como oficial, mas utiliza a língua de sinais americana (ASL). Observou-se que em contextos de língua estrangeira foi despertada a curiosidade nos sujeitos de pesquisa pelas diferenças culturais e realizadas tentativas mais receptivas de superar as barreiras comunicacionais, as quais existiriam com ouvintes que não dominassem o inglês ou o idioma local.

No Brasil, embora seja pouco frequente, já há estabelecimentos hoteleiros que conseguem atender a esse público de maneira eficiente. Além disso, foi apontada a necessidade de adequação física das unidades habitacionais hoteleiras para contato com hóspedes surdos, como campainhas luminosas, uma vez que as tradicionais campainhas sonoras, os telefonemas e os toques à porta não são por eles percebidos. No atendimento em serviços de agenciamento e guiamento turístico, que dependem de maior troca de informações com clientes, houve relatos que, no período de pandemia, o uso de máscara dificultou a comunicação por leitura labial. Nesse caso, descreveu-se maior preocupação e acolhida na relação com turistas surdos, sempre buscando alternativas que ajudassem na compreensão, como uso de celulares para digitação de textos.

O lazer com interesses sociais são atividades que quebram a rotina e buscam a diversão, o descanso e o desenvolvimento pessoal e social do indivíduo (DUMAZEDIER, 1979), quando se reforça os laços familiares, com amigos e com a comunidade surda. Atividades como passeios, ida à praia, caminhadas são atividades realizadas em família.

A prática do lazer com interesses sociais é um meio pelo qual se pode optar pela ausência de barreiras comunicacionais, dado que foram relatadas situações em que pessoas ouvintes não foram receptivas, ignoraram os pedidos de auxílio na prestação de informações, praticaram deboche ou evitaram o contato com os surdos, o que foi percebido por eles por meio de expressões faciais e semblante. Essas situações ocorreram em boates, restaurantes, clubes de lazer de hotéis etc., e, embora situações como deboches tenham diminuído a partir da sanção do Estatuto da Pessoa com Deficiência, relatos deram conta de que essa prática é social e culturalmente recorrente, pelo menos, desde a década de 1980.

Desse modo, muitos surdos optam por reunir-se com outros membros da comunidade surda, como em festas entre amigos ou reuniões em associações culturais de surdos, onde é possível ter mais descontração, troca de informações e fluidez no diálogo pelo uso da LIBRAS. Notou-se a percepção clara pelos sujeitos de pesquisa das diferenças entre conviver com surdos e conviver com ouvintes, como em dois mundos pelos quais transitam.

Neste estudo, concluímos que as pessoas surdas possuem necessidades, gostos e interesses comuns aos outros grupos sociais, não sendo a condição de surdez por si mesma uma barreira ao consumo de lazer desses indivíduos. As limitações observadas surgem a partir da sociedade que ignora as diferenças e não enxerga esses sujeitos como cidadãos que compartilham dos mesmos direitos que a maioria e são pessoas plenamente normais. As dificuldades encontradas não desanimam tampouco intimidam os sujeitos de pesquisa a realizar aquilo que desejam. Em nenhum momento percebemos a existência de uma leitura de mundo a partir dos obstáculos e desafios existentes em seus percursos.

Concluímos, ainda, que existe uma cultura surda que influencia o consumo, não pelo compartilhamento de experiências positivas ou negativas por outros membros da comunidade surda, mas pela capacidade que a língua de sinais proporciona na superação de barreiras e limitações ao consumo, seja por meio da acessibilidade linguística disponível ou, principalmente, pelas práticas de consumo compartilhadas com pessoas que se comunicam na língua que evidencia a constituição dessa comunidade, a língua de sinais.

As implicações práticas que apontamos, em nível de políticas públicas, seguem a necessidade de ampliação do conceito de acessibilidade, especialmente por meio da legislação, de modo que deixe de ser limitado à visão de espaço e mobilidade, como se deficiência fosse uma condição homogênea. Em mesmo sentido, a inclusão e o atendimento das necessidades das pessoas com deficiências passa por um processo formativo social, sendo necessário construir um olhar para as necessidades das pessoas, inclusive, mas não apenas, das pessoas com deficiência, de modo a estimular práticas sociais que olhem para todos os indivíduos como sujeitos de iguais direitos.

No nível das políticas de serviços, é indispensável que as empresas conheçam seus consumidores para além das informações quantitativas. É necessário que estudos qualitativos de comportamento dos consumidores em vulnerabilidade sejam realizados a fim de subsidiar políticas efetivas de acessibilidade, uma vez que ao testar hipóteses sobre dados obtidos

estatisticamente nem sempre podemos captar nuances das práticas sociais. Por fim, pensar em acessibilidade no âmbito de negócios importa muitas vezes em viver uma cultura organizacional inclusiva. Por isso, as empresas também precisam refletir sobre como cumprem seus percentuais de pessoas com deficiência em seu corpo de colaboradores, se como números que cumprem a lei ou de maneira verdadeiramente inclusiva e que esses indivíduos atuem de modo contributivo com a organização. Os surdos e outras pessoas com deficiência têm muito a contribuir para uma cultura organizacional e para uma sociedade plural e inclusiva.

5.1. Sugestões e recomendações para novas pesquisas

Como desdobramentos futuros, essa linha de pesquisa pode ser estendida através de investigação sobre outras modalidades de consumo, sendo importante destacar que a necessidade de comunicação no processo de consumo é o fator que vai apresentar barreiras e limitações ao consumo de surdos.

É essencial nos estudos sobre comportamento de consumidores vulneráveis compreender a questão da acessibilidade a partir da ótica dos sujeitos de pesquisa, pois a descrição por meio de seus relatos das realidades que vivenciam são efetivamente capazes de orientar os passos a serem percorridos pelo pesquisador.

Sugerimos também a realização de estudos com um maior quantitativo de entrevistados, seja no consumo de lazer que ora abordamos ou em outras formas de consumo, podendo-se ampliar ou modificar a escolha dos sujeitos de pesquisa para outras modalidades de deficiência, dada a escassa literatura sobre grupos vulneráveis.

Por fim, sugerimos que estudos futuros sobre o consumo desenvolvam metodologias de pesquisa com públicos compostos por pessoas com cada modalidade de deficiência, sendo necessário compreender seus lugares de fala para que a pesquisa não cometa o erro de olhar para as pessoas com deficiência como um grupo único com características e necessidades homogêneas, o que, na prática, pode invisibilizar ainda mais as necessidades desse público reforçando a situação exclusão que vivenciam da efetiva participação na sociedade e exercício de seus direitos como pessoas e cidadãos.

6 Referências Bibliográficas

ABREU, M. C. B. F. de. Abordagem socioantropológica da surdez, Língua de Sinais e Educação Bilíngue: uma perspectiva histórica e cultural. **Obutchénie: Revista de Didática e Psicologia Pedagógica**, v. 4, n. 3, p. 711-734, 2020.

AKINOĞLU, B.; KOCAHAN, T. Stabilization training versus equilibrium training in karate athletes with deafness. **J Exerc Rehabil**, n. 15, p. 576-583, 2019.

ARNOULD, E.J.; THOMPSON, C.J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1 ed. 3 reimp. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARRETO, L. S.; MEDEIROS, C. R. O.; PAULA, V. A. F. Podem as pessoas com deficiência consumir? A representação incidental na publicidade e propaganda. **Revista Gestão e Planejamento**, v. 21, p. 416-437, 2020.

BAT-CHAVA, Y. Group identification and self-esteem of deaf adults. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 20, n. 5, p. 494–502, 1994.

BEUDAERT, A. Towards an embodied understanding of consumers with disabilities: insights from the field of disability studies. **Consumption Markets & Culture**, v. 23, n. 4, p. 361-375, 2020.

BISOL, C. A.; SIMIONI, J.; SPERB, T. Contribuições da psicologia Brasileira para o estudo da surdez. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 21, n. 3, p. 392-400, 2008.

BORGES, M. B.; BRASIL, A.; OLIVEIRA, Z. M.; SILVA, J. E. Eu não vejo, mas sou vista – um estudo sobre o consumo de roupas por pessoas com deficiência visual. **Brazilian Journal of Marketing**, v. 19, n. 1, p. 197-215, 2020.

BURNETT, J. What services marketers need to know about the mobility disabled consumer. **The Journal of Services Marketing**, v. 10, n. 3, p. 3-20, 1996.

CAMARGO, L. O. L. **O que é lazer?** São Paulo: Brasiliense, 2003

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006. p. 47-64.

CASOTTI, L. M.; SUAREZ, M. C. Dez anos de *Consumer Culture Theory*: delimitações e aberturas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 3, p. 353-359, 2016.

CLOQUET, I.; PALOMINO, M.; SHAW, G.; STEPHEN, G.; TAYLOR, T. Disability, Social inclusion and the marketing of tourist attractions. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 26, n. 2, p. 221-237, 2018.

COELHO, P. F. C.; ABREU, N. R. As consequências das falhas nos encontros de Serviço em shopping centers: um estudo com consumidores deficientes visuais. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 16, n. 2, p. 230-242, 2017.

CONRAD, B.; ALPERSTEDT, G. D.; SANTOS, A. R. Inclusive Service Experience Management: A Framework from the Perspective of People with Visual Impairment. **Review of Business Management**, v. 21, n. 4, p. 813-838, 2019.

COSTA, R. Acessibilidade do turismo de Belo Horizonte – Um estudo de caso da hotelaria. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, IV Seminu, **Anais do IV SeminTUR**. Caxias do Sul: UCS, 2006.

CROSIER, A.; HANDFORD, A. Customer journey mapping as an advocacy tool for disabled people: a case study. **Social Marketing Quartel**, v. 18, n. 1, p. 67-76, 2012.

DAMASCENA, E.; MELO, F.; BATISTA, M. A Deficiência Está no Ambiente de Serviços ou no Consumidor? Discutindo Qualidade na Perspectiva de Consumidores com Deficiência. In: Encontro de Marketing da Associação Nacional De Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 5, 2012. **Anais do EMA 2012**. Curitiba: Anpad, 2012.

DARCY, S.; MCKERCHER, B.; SCHWEINSBERG, S. From tourism and disability to accessible tourism: a perspective article. **Tourism Review**, v. 75, n. 1, p. 140-144, 2020.

DAVIS, A. C.; HOFFMAN, H. J. Hearing loss: rising prevalence and impact. **Bulletin of the World Health Organization**, v. 97, n. 10, p. 646-646A, 2019.

DAVIS, L. J. **Enforcing normalcy**: Disability, deafness, and the body. New York: Verso, 1995.

DOLNICK, E. Deafness as culture. **The Atlantic**, v. 272, n. 3, p. 37–53, 1993.

DUBOST, N. Disability and consumption: a state of the art. **Recherche et Applications en Marketing**, v. 33, n. 2, p. 75-92, 2018.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva/SESC, 1979.

EBRAHIMI, A.; MOVALLALI, G.; JAMSHIDI, A.; RAHGOZAR, M.; HAGHGOO, H. Postural Control in Deaf Children. **Acta Med Iran**, n. 55, p. 115-122, 2017.

FARIA, M. D. **A eterna criança e as barreiras do ter**: consumo de pessoas com Síndrome de Down e suas famílias. Tese (Doutorado em Administração). Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015, 360 p.

_____; CARVALHO, J. L. F. Lazer Turístico e Marketing Estratégico: um Estudo das Restrições ao Consumo para Pessoas com Deficiência Motora. In: VII Simpósio de Gestão em Excelência e Tecnologia, VII Sege. **Anais do VII SEGet 2010**. Resende: AEDB, 2010.

_____; CASOTTI, L. M.; Barreiras do ter e pessoas com Síndrome de Down: o papel do marketing na exclusão social. **Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 6, n. 2, p.9-29, 2017.

_____; FERREIRA, D. Restaurante como Opção de Lazer para Pessoas com Deficiência Visual: Investigando Preferências. **Revista Administração em Diálogo**, v. 16, n.1, p.181-206, 2014.

_____; FERREIRA, D.; CARVALHO, J. O portador de deficiência como consumidor de serviços de lazer extradoméstico. **Turismo - Visão e Ação**, v. 12, n.2, p.184-203, 2010.

_____; MOTTA, P. Pessoas com Deficiência Visual: barreiras para o lazer turístico. **Turismo em Análise**, v. 23, n.3, p.691-717, 2012.

_____; MOTTA, P. Restrições ao Consumo no Lazer Turístico: Foco nas Pessoas com Deficiência Visual. In: Encontro de Marketing da Associação Nacional De Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 4, **Anais do EMA 2010**. Florianópolis: Anpad, 2010.

_____; SILVA, J. F.; FERREIRA, J. B. The Visually Impaired and Consumption in Restaurants. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 24, p. 3-19, 2012.

_____; SILVA, J. F.; FERREIRA, J. B. Transformative consumer research and the visually impaired: A study on restaurant services. **Consumer Behavior Review**, v.1, Special Edition, p. 1-15, 2017.

_____; SOUTO, S. W.; ROCHA, A. M. C. Posicionamento estratégico de serviços turísticos para pessoas com deficiência: o caso da cidade de socorro, SP. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 11, n. 1, p. 308-324, 2011.

FELIZARDO JR., N. A.; TROCCOLI, I. R.; SCATULINO, P. L. S. Forgotten customers, inclusive customers: personal values and coproduction of physically disabled persons in leisure consumption. **Tourism & Management Studies**, v. 14, n. 3, p. 75-84, 2018.

FERREIRA, M. C. O.; CAMPOS, M. C. C.; BIZARRIAS, F. S.; CUCATO, J. S. T.; SILVA, J. G. A importância da acessibilidade para a percepção de qualidade e satisfação do consumidor com deficiência. **Anais do Congresso Internacional de Administração 2019**. Ponta Grossa: ADM 2019, 2019.

HOGG, G.; WILSON, E. Does he take sugar? The disabled consumer and identity. **British Academy of Management Conference Proceedings**. St. Andrews – Scotland, 2004.

HOLBROOK, M. B.; HIRSCHMAN, E. C. The Experiential Aspects of Consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. **Journal of Consumer Research**, v. 9, p. 132-140, 1982.

HUMPHRIES, T. Of deaf-mutes, the strange, and the modern deaf self. In: N. Glickman & M. Harvey (Eds.). **Culturally affirmative psychotherapy with deaf persons**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, p. 99-114, 1996.

JONES, D. G. B.; SHAW, E. H.; MCLEAN, P. A. The Modern School of Marketing Thoughts. In: MACLARAN, P.; SAREN, M.; STERN, B.; TADAJEWSKI, M. (Eds.) **The Sage Handbook of Marketing Theory**. London: Sage Publications Ltd., p. 42-58, 2010.

KOEHLER, A. D.; SCHÜTZ, G. M. Uma proposta à leitura de imagens por pessoas com deficiência visual. **Revista Educação, Artes e Inclusão**, v. 16, n. 3, p. 291-311, 2020.

KURKOVÁ, P. Differences in students' feelings and preferences in physical education classes: A comparison by degree of hearing loss. **Physical Activity Review**, v. 8, n. 1, p. 113-120, 2020.

LACERDA, J. O. S. L.; MANO, R. F.; ABREU, N. R.; BALDANZA, R. F. "O Respeito fez *Check In!*": entendendo a dimensão atitudinal e programática nos hotéis sob a visão dos gestores hoteleiros e dos consumidores com deficiência física. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 5, n. 2, p. 86-98, 2016.

LAGES, S. R. C.; MARTINS, R. Turismo inclusivo: a importância da capacitação do profissional de turismo para o atendimento ao deficiente auditivo. **Estação Científica**, n.3, 2006.

LAMBEZ, T.; NAGAR, M.; SHOSHANI, A.; NAKASH, O. The Association Between Deaf Identity and Emotional Distress Among Adolescents. **Journal of Deaf Studies and Deaf Education**, v. 25, n. 3, p. 251-260, 2020.

LOW, J. Stigma management as celebration: disability, difference, and the marketing of diversity. **Visual Studies**, 2020.

LOPES, R. M.; VIANNA, N. G.; SILVA, E. M. Comunicação do surdo com profissionais de saúde na busca da integralidade. **Revista Saúde e Pesquisa**, v. 10, n. 2, p. 213-221, 2017.

LUKASZEWSKI, K.; STONE, D. Theory and research on social issues in organizations. **Journal of Managerial Psychology**, v. 27, n. 4, p. 324-329, 2012.

MANLEY, S. Walls of exclusion: the role of local authorities in creating barrier-free street. **Landscape and Urban Planning**, v. 35, p. 137- 152, 1996.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCCLEARY, L. Technologies of language and the embodied history of the deaf. **Sign Language Studies**, v. 3, n. 2, p. 104-124, 2003.

MCCLIMENS, A.; HYDE, M. Intellectual disability, consumerism and identity: to have and have not? **Journal of Intellectual Disabilities**, v. 16, n. 2, p. 135-144, 2012.

MCMILLEN, R. Museum Marketing and Disability Access. **International Journal of Business Management and Commerce**, v. 2, n. 4, p. 1-9, 2017.

MCKEE, M. M.; LIN, F. R.; ZAZOVE, P. State of research and program development for adults with hearing loss. **Disability and Health Journal**, n. 11, p. 519-524, 2018.

MEIRA, P.; AMARO, L.; ALMEIDA, C. Ouvindo a voz do mercado: o varejo e os clientes portadores de deficiência auditiva. **Revista Gestão Organizacional**, v. 2, n. 1, p. 77-86, 2009.

MELO, R. S.; LEMOSA, A.; PAIVA, G. S.; ITHAMAR, L.; LIMA, M. C.; EICKMANN, S. H.; FERRAZ, K. M.; BELIAN, R. B. Vestibular rehabilitation exercises programs to improve the postural control, balance and gait of children with sensorineural hearing loss: A systematic review. **International Journal of Pediatric Otorhinolaryngology**, n. 127, p. 1-12, 2019.

_____; SILVA, P. W. A.; SOUZA, R. A.; RAPOSO, M. C. F.; FERRAZ, K. M. Head Position Comparison between Students with Normal Hearing and Students with Sensorineural Hearing Loss. **International Archives of Otorhinolaryngology**, v. 17, n. 4, p. 363-369, 2013.

MICK, D. G.; PETTIGREW, C.; PECHMANN, J.; OZANNE, L. **Transformative consumer research for personal and collective well-being**. New York: Routledge, 2012.

MOREIRA, L.; ONUMA, F.; BORGES, C.; MIRANDA, A.; CAPPELLE, M. O trabalho para os portadores de necessidades especiais: um caminhar pela diversidade através dos conceitos de poder, minoria e deficiência. In: Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, 2, 2009. **Anais do EnGPR 2009**. Curitiba: Anpad, 2009.

OCHOA-MARTÍNEZ, P. Y.; HALL-LÓPEZ, J. A.; LÓPEZ, A. A. C.; CASTRO, Z. E. R.; BUÑUEL, P.S.-L.; GARCÍA, C. C. Análisis comparativo de un programa educación física en niños con discapacidad auditiva sobre la edad motora equivalente. **Nuevas Perspectivas de Educación Física, Deporte y Recreación**, n. 35, p. 310-313, 2019.

OZANNE, J.; DOBSCHA, A. Transformative Consumer Culture Theory? **Advances in Consumer Research**. v. 33, n. 1, p. 1-4, 2006.

_____; MICK, D.; PECHMANN, C.; PETTIGREW, S. Transformative consumer research. **Wiley Encyclopedia of Management**, v. 9, p. 1-4, 2015.

PINTO, M. R.; BATINGA, G. L.; ÁSSIMOS, B. M.; ALMEIDA, G. T. Transformative Consumer Research: reflexões, diretrizes e uma análise do campo no Brasil. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 6, n. 2, p. 54-66, 2016.

_____; FREITAS, R. C. A Teoria da Cultura do Consumo no Contexto das experiências de Consumo de Serviços: Discussões e Questões para um Campo Ainda Inexplorado para Pesquisas. In: Seminários em Administração, XV. **Anais do SEMEAD 2012**. São Paulo: USP, 2012.

_____; FREITAS, R. C. O que os Olhos não Veem o Coração Não Sente? Investigando Experiências de Compra de Deficientes Visuais no Varejo de Roupas. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 35. **Anais do EnANPAD 2011**. Rio de Janeiro: Anpad, 2011.

_____; FREITAS, R. C. A; RESENDE, S. P.; JOAQUIM, A. M. *Consumer Culture Theory* (CCT) no contexto das experiências de consumo de serviços: em busca de uma agenda de pesquisa. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 5, n. 2, p. 49-68, 2015.

PORIA, Y.; REICHEL, A.; BRANDT, Y. Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v.23, n.5, p.571-591, 2011.

QUADROS, R. M.; KARNOPP, L. B. **Língua de sinais brasileira**: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004.

SÁ, N. R. L. **Cultura, poder e educação de surdos**. Manaus: EDUA; Comped; INEP, 2002.

_____. **Educação de surdos**: a caminho do bilinguismo. 1 ed. Rio de Janeiro: EdUFF, 1999.

_____. Existe uma cultura surda? In: **Cultura, poder e educação de surdos**. São Paulo: Paulinas, 2006

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. **Revista de Administração da UFSM**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009

SANTOS, W. Pessoas com deficiência: nossa minoria. **Revista de Saúde Coletiva**, v. 18, n. 3, p. 501-519, 2008.

SILVA, H. V. S. Storytelling Imersivo: O Áudio Binaural Como Ferramenta De Inclusão De Deficientes Visuais No Consumo De Publicidade. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Joinville: Intercom, 2018.

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Customer Behavior**: Consumer Behavior and Beyond. Mason, Ohio: Thomson South-Western, 1999.

SHI, L.; COLE, S.; CHANCELLOR, H. Understanding leisure travel motivations of travelers with acquired mobility impairments. **Tourism Management**, v. 33, n. 1, p.228-231, 2012.

SKLIAR, C. **A Surdez**: um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Dimensão, 1998.

_____. Uma perspectiva sócio-histórica sobre a Psicologia e a Educação dos surdos. In: SKLIAR, C. (Ed.), **Educação & Exclusão**: Abordagens sócio-antropológicas em educação especial. Porto Alegre: Mediação, 1997.

_____; MASSONE, M. I.; VEINBERG, S. El acceso de los niños sordos al bilingüismo y al biculturalismo. **Infancia y Aprendizaje**, v. 18, n. 70, p. 85-100, 1995.

SMITH, E. Pimp my wheelchair!: the supply and demand for personalized wheelchairs. **Explorations**, v. 8, p. 17-32, 2005.

SZULC, A. M. The Report and Analysis of the 2nd U21 European Deaf Football Championship. **Human Movement**, v. 20, n. 3, p. 80-87, 2019.

TAYLOR, S. E.; BALANDIN, S.; WILSON, E.; MURFITT, K. Customer service communication with customers with disability. **Journal of Consumer Marketing**, v. 36, n. 1, p. 228-239, 2019.

TODARO, A. Library services for people with disabilities in Argentina. **New Library World**, v. 106, n. 1212/1213, p. 253-268, 2005.

VAN HARTEN, W.; VELDHUIS, M.; HOEKSMA, B.; KRABBENDAM, K. Strategic behaviour of institutional providers in mental handicapped care in The Netherlands. **Journal of Health Organization and Management**, v. 21, n. 2, p. 184-193, 2007.

VERA, L. A. R.; GOSLING, M. S.; SHIGAKI, H. B. Teoria da Cultura do Consumo: possibilidades, limitações e caminhos em estudos de marketing no Brasil. **Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa**, v. 18, n. 1, p. 15-32, 2019.

VYGOTSKY, L. **Fundamentos de defectologia**. Madri: Visor, 1997.

WALOWSKA, J.; BOLACH, B.; BOLACH, E. The influence of Pilates exercises on body balance in the standing position of hearing impaired people. **Disabil Rehabil**, n. 40, p. 3061-3069, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Apêndice

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA O ESTUDO “O CONSUMO DE LAZER DE FAMÍLIAS CHEFIADAS POR CASAIS SURDOS”

Objetivo Principal: Descrever as barreiras e limitações ao consumo de lazer de famílias chefiadas por casais surdos.

1) Identificar as escolhas de consumo de lazer feitas por essas famílias

1. O que você considera lazer?
2. Quais atividades de lazer você gosta de fazer sozinha?
3. E com a família?
4. O que você gosta de fazer com amigos?
5. Você costuma viajar?
6. Como você escolhe os destinos?

2) Analisar e categorizar as práticas de consumo de lazer das famílias

1. Quais barreiras ou limitações você encontra na prática de lazer como pessoa surda?
2. Você percebe barreiras ou limitações quando viaja?
3. E quando frequenta equipamentos culturais?
4. Quais barreiras ou limitações você encontra na relação com pessoas não surdas?
5. Quais aspectos culturais você percebe como diferentes entre o mundo surdo e o ouvinte?
6. Como você vê as políticas de acessibilidade existentes nos serviços de lazer?
7. O que você considera atividade de divertimento?
8. E quais atividades você realiza como descanso?
9. Como você vê o lazer enquanto forma de desenvolvimento pessoal?
10. E enquanto forma de desenvolvimento social?