



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA**

**Lais Celeste Vasconcelos**

**A ACESSIBILIDADE NOS MERCADOS  
PÚBLICOS: PESQUISANDO O  
MERCADO DA ENCRUZILHADA, NA  
CIDADE DO RECIFE**

RECIFE-PE

Dezembro, 2019

LAIS CELESTE VASCONCELOS

**A ACESSIBILIDADE NOS MERCADOS  
PÚBLICOS: PESQUISANDO O MERCADO DA  
ENCRUZILHADA, NA CIDADE DO RECIFE**

Relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório que apresenta à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Iraê de Souza Corrêa

RECIFE-PE

Dezembro, 2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Sistema Integrado de Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- 331a Vasconcelos, Lais Celeste  
A acessibilidade nos Mercados Públicos: Pesquisando o Mercado da Encruzilhada, na cidade do Recife / Lais Celeste Vasconcelos. - 2019.  
54 f. : il.
- Orientadora: Maria Iraê Corrêa de .  
Inclui referências e apêndice(s).
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco,  
Bacharelado em Gastronomia, Recife, 2019.
1. Gastronomia. 2. Acessível. 3. Legislação. 4. Patrimônio Cultural. I. , Maria Iraê Corrêa de, orient. II.  
Título

CDD 641.013

---

LAIS CELESTE VASCONCELOS

**A ACESSIBILIDADE NOS MERCADOS PÚBLICOS: PESQUISANDO  
O MERCADO DA ENCRUZILHADA, NA CIDADE DO RECIFE**

Relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data: 11/12/19

Resultado: Aprovada

**Banca Examinadora**

Prof.<sup>a</sup> Maria Iraê Corrêa de Souza

---

Prof. (Orientador)

Prof.<sup>a</sup> Luciana Leite de Andrade Lima

---

Professor (Examinador)

Prof.<sup>a</sup> Edenilze Teles Romeiro

---

Professor (Examinador)

RECIFE-PE

Dezembro, 2019

## **AGRADECIMENTOS**

Sou grata a Deus que me deu saúde e forças para superar todos os momentos difíceis a que eu me deparei ao longo da minha graduação e por ter colocado em minha vida pessoas como minha família, em especial a minha mãe Maria de Lourdes Rodrigues de Lima por possibilitar a oportunidade de estudar numa universidade pública e de qualidade. A minha avó Dona Quitéria Rodrigues de Lima, por ser exemplo de mulher que me inspira na minha trajetória de vida e a minha Tia Maria das Graças de Lima, obrigada pelo apoio e incentivo, obrigada por sempre acreditarem em mim.

Aos amigos e parceiros de pesquisa, por toda a ajuda nos trabalhos, apoio e desafios superados durante este período tão importante da minha formação acadêmica. Pelo apoio moral e acadêmico durante este período da minha formação acadêmica, em especial aos que são parte da minha família, minhas irmãs que a vida me deu, Rosa Helena Lira de Albuquerque e Ana Karla de Melo Silva, obrigada pelo companheirismo, correções de trabalho, noites mal dormidas em prol de desenvolver trabalhos acadêmicos com qualidade.

Ao meu namorado, Everton Leandro de Sena, obrigada pelo apoio, dedicação e amor durante esse período, por compreender a importância do curso na minha vida. Obrigada por me levar e buscar tantas vezes na parada de ônibus dividindo o peso da mochila cheia de livros.

Gostaria de deixar o meu profundo agradecimento aos professores que contribuíram positivamente na minha trajetória durante a graduação. À banca presente na defesa do relatório Estágio Supervisionado Obrigatório às professoras Dr.<sup>a</sup> Edenilze Teles Romeiro, Dr.<sup>a</sup> Luciana Leite de Andrade Lima e em especial à minha orientadora Dr.<sup>a</sup> Maria Iraê de Souza Corrêa pela dedicação, incentivo, paciência e empenho dedicado à elaboração e orientação deste trabalho e pelos ensinamentos que levarei para vida. Agradeço também a Universidade Federal Rural de Pernambuco que me propiciou um período de crescimento pessoal e profissional durante a graduação.

E por fim, sou grata a mim mesma por ter aprendido a não desistir, a superar os desafios e dificuldades durante esse período e por conseguir concluir essa etapa da minha vida; e a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu sincero muito obrigada.

## RESUMO

Os mercados públicos no Brasil são representantes da cultura em que estão inseridos. Em Pernambuco, como exemplo desses mercados, que possuem representatividade histórica e social, temos os Mercados São José, Boa Vista, Madalena, Casa Amarela e o Encruzilhada, objeto de estudo deste trabalho.. A população brasileira com deficiência representa, de acordo com o censo do IBGE (2010), cerca de 45 milhões de pessoas, é um número expressivo quando considera-se que equivale a quase 24% da população. E ao buscarem serviços de turismo e lazer, inclusive nos mercados públicos municipais, estas pessoas enfrentam diversos tipos de barreiras de acesso com prejuízos em sua auto estima e qualidade de vida. O objetivo geral deste estágio supervisionado obrigatório foi analisar quais são as barreiras de acessibilidade dos estabelecimentos gastronômicos situados dentro dos mercados públicos do Recife Para obter essa resposta, foi realizada uma revisão sistemática para embasar o referencial teórico e um estudo de campo no Mercado Público da Encruzilhada com gestores de estabelecimentos gastronômicos deste mercado. Como resultados,verificou-se que existem poucas publicações sobre o assunto, evidenciando a necessidade de mais estudos na área pesquisada. Além disso, foram identificadas barreiras de acessibilidade no Mercado da Encruzilhada tais como a falta de adequação das rampas conforme a NBR 9050 e a ausência de cardápio acessível. Além disso, constatou-se. Concluímos que o Mercado da Encruzilhada necessita de investimentos e aplicação das dimensões arquitetônica, comunicacional, atitudinal e programática, para a quebra das barreiras de acessibilidade enfrentadas por parte das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

**Palavras-Chave:** Gastronomia, Acessível, Legislação, Patrimônio Cultural.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 A Revisão Sistemática da Literatura.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 As dimensões da acessibilidade.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Mercado Público e gastronomia: alternativas de inclusão.....</b>	<b>15</b>
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Objetivo geral .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>20</b>
<b>4. CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO.....</b>	<b>20</b>
<b>5. MATERIAL E MÉTODOS.....</b>	<b>21</b>
<b>5.1 Procedimentos de campo.....</b>	<b>22</b>
<b>6. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>24</b>
<b>6.1 Análise observacional do Mercado Público da Encruzilhada .....</b>	<b>24</b>
<b>6.2 Entrevista com os profissionais dos estabelecimentos gastronômicos do Mercado da Encruzilhada.....</b>	<b>31</b>
<b>6.3 Propor recomendações para transposição das barreiras de acessibilidade no Mercado da Encruzilhada.....</b>	<b>33</b>
<b>7. CONCLUSÕES.....</b>	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>30</b>
<b>APÊNDICE A - Quadro 2 - Barreiras de acessibilidade identificadas e as recomendações propostas pela literatura das publicações.....</b>	<b>44</b>

<b>APÊNDICE B - Roteiro de observação para identificar quais são as barreiras de acessibilidade no Mercado público da Encruzilhada. ....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE C - Entrevista aos gestores e ou colaboradores dos restaurantes e bares localizados no Mercado da Encruzilhada. ....</b>	<b>50</b>
<b>APÊNDICE D - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .....</b>	<b>52</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Os mercados públicos municipais preservam as tradições e valorizam o patrimônio arquitetônico e imaterial, sendo por isso considerados importantes espaços culturais urbanos e a gastronomia é um importante elemento desta composição cultural. Como exemplo desses espaços podemos citar os mercados da capital pernambucana: São José, da Boa Vista, Encruzilhada, Madalena e de Casa Amarela que possuem representatividade histórica e social (SACRAMENTO, 2009).

Os mercados municipais constituem-se em tradicionais centros de compras, lazer e turismo, contudo, devemos considerar que as instalações físicas desses mercados foram construídas em um contexto no qual as restrições de acesso às pessoas com deficiência (PcD) não eram questionadas. Tal preocupação é um fenômeno recente, foi incorporada à Constituição Federal de 1988 (CF/88) e ampliada por meio Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, aprovado em 2015 (ABNT, 2004; BRASIL, 2015; BRASIL, 2016).

Tal legislação busca garantir os direitos à cidadania de uma parcela considerável da população brasileira. Conforme o Censo do IBGE (2010), cerca de 45 milhões de pessoas no país possuem alguma deficiência (PcD), seja de origem sensorial, motora ou cognitiva, são quase 24% da população brasileira, além das pessoas com mobilidade reduzida (PMR), que não têm deficiências mas possuem necessidades específicas (sejam temporárias ou permanentes), como os idosos, grávidas, lactantes, pessoas com crianças de colo e obesos. (BRASIL, 2015). No estado de Pernambuco, esse público representa de acordo com o SEBRAE (2015), aproximadamente 2,4 milhões de indivíduos. Destes, 58% apresentam deficiência visual e 22% deficiência física, 16% deficiência auditiva e 4% deficiência intelectual.

Ao buscarem serviços de turismo e lazer, inclusive nos mercados públicos municipais, estas pessoas enfrentam diversos tipos de barreiras de acesso (SASSAKI, 2009), com prejuízos em sua auto estima e qualidade de vida. Tais barreiras não ocorrem por falta de instrumentos legais, já que a atual legislação brasileira sobre acessibilidade tem sido considerada abrangente aos direitos da pessoa com deficiência. Porém, mesmo com a vigência dessas leis observamos a ausência parcial ou total de aplicação nos equipamentos urbanos (ABNT, 2004; BRASIL, 2015; BRASIL, 2016).

Mas, afinal o que é acessibilidade? Conforme a lei brasileira de inclusão nº 13.146 (2015), define a acessibilidade como:

Art. 3º I - acessibilidade: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.

Pela Constituição Federal de 88, todos são iguais perante a lei, incluídos as pessoas com deficiência seja física, sensorial e mental no qual têm garantidos seus direitos básicos de inclusão, trabalho e atendimento especializado, não sendo permitida sua distinção daqueles que não possuem deficiências. Os princípios constitucionais foram sendo tratados por meio de legislação específica, como as normativas da ABNT, 2004 e a ABNT, 2016, que aborda o desenho universal para a acessibilidade arquitetônica nas edificações urbanas, inclusive dos estabelecimentos alimentícios, como os bares e restaurantes, e a ABNT, 2008 que tem como temática a acessibilidade comunicacional (ABNT, 2004; ABNT, 2008; BRASIL, 2015;BRASIL, 2016; ABNT, 2016).

A lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015), por sua vez, especifica os direitos das liberdades fundamentais, com o intuito de promover e assegurar a inclusão social e de cidadania das pessoas com deficiência. Ela foi um marco na sociedade brasileira por representar uma abordagem social e jurídica da PcD, provocando inclusive alterações em diversas leis do ordenamento jurídico, como o Código Civil. A lei nº 13.146, traz por exemplo, os critérios de avaliação “realizada por equipe multiprofissional e interdisciplinar” para classificar os tipos de deficiências. Assim como a definição sobre o que é deficiência na forma da lei e a origem descrito no Art. 2º como:

Art. 2º Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.

O Estatuto aborda diferentes requisitos na esfera da sociedade, em especial, no que diz respeito ao acesso à informação, à comunicação, com relação ao acesso à justiça, também trata das infrações legais relacionadas ao descumprimento das normas, assim como orienta sobre o desenho universal, o direito à cultura, ao turismo e ao lazer (BRASIL, 2015). Em conformidade com a lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência nº 13.146, de 6 de julho de 2015, a PcD tem o direito à cultura, lazer e turismo. Como é retratado nos seguintes artigos:

Art. 8º É dever do Estado, da sociedade e da família assegurar à pessoa com deficiência, com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à [...] à cultura, ao desporto, ao turismo, ao lazer [...] entre outros decorrentes da Constituição Federal, da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e das leis e de outras normas que garantam seu bem-estar pessoal, social e econômico.

O Art. 42 da lei 13.146/15 ressalta sobre o acesso: “a pessoa com deficiência tem direito à cultura, ao esporte, ao turismo e ao lazer em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, sendo-lhe garantido o acesso” (BRASIL, 2015). E os mercados públicos municipais fazem parte da vida econômica, social e cultural. Por isso, é um direito de todos ter acesso a esses centros comerciais (RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

Como aborda Lima (2016), os mercados públicos fazem parte da identidade cultural local, devido a sua importante representação histórica. Eles são centros comerciais valiosos nas cidades, contribuem não só na economia local, como nas relações sociais da população bairrista e dos turistas que buscam nesses espaços públicos conhecer a cultura local. Tornando-se atrativos pontos turísticos aos que querem conhecer e comprar artesanatos, apreciar a gastronomia regional, conhecer os costumes do povo local, incentivando, com isso, a procura de diversos públicos nesses ambientes culturais e sociais das cidades.

Como vimos, trata-se de uma parcela significativa da população brasileira com deficiência; promover investimento nos mercados públicos de Recife em serviços acessíveis de modo a proporcionar mobilidade, autonomia e segurança a todos os clientes, contribui para a conquista da cidadania universal, produzir oportunidades igualitárias, contribuindo assim para a inclusão social, cultural e o desenvolvimento econômico do setor. Diante

disso, pergunta-se: Quais são as barreiras de acessibilidade dos estabelecimentos gastronômicos situados dentro dos mercados públicos do Recife?

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico está dividido em três seções para uma melhor apresentação do seu conteúdo. A primeira seção “2.1 A revisão sistemática da literatura”, refere-se à ferramenta utilizada para selecionar os artigos utilizados no referencial teórico. Nela serão abordados os critérios utilizados nesta revisão para identificar os artigos selecionados para compor o referencial teórico desta pesquisa. Na seção “2.2 As dimensões da acessibilidade”, mostram-se os principais conceitos de acessibilidade, com base nos artigos pesquisados. Já na seção “2.3 Mercado público e gastronomia: alternativas de inclusão”, abordam-se as principais reflexões dos autores com as recomendações para a superação das barreiras por meio dos obstáculos identificadas em suas pesquisas, reforçadas com base nas leis e normas vigentes sobre a acessibilidade.

### **2.1 A Revisão Sistemática da Literatura**

A Revisão Sistemática da Literatura teve como objetivo identificar e analisar a produção acadêmica brasileira sobre os mercados públicos municipais e acessibilidade, buscando mapear a presença destes temas com o intuito de identificar quais são as barreiras de acessibilidade que as PcD e PMR sofrem nesses espaços e quais são as recomendações propostas nessas publicações para a superação dessas barreiras, dentro das dimensões propostas por (SASSAKI, 2009), quais sejam: atitudinal, programática, comunicacional, metodológica e arquitetônica, sendo identificadas no Apêndice A.

Ao mesmo tempo, a revisão sistemática teve o intuito de contribuir para a elaboração do roteiro de observação estruturado em um *checklist* (apontado no Apêndice B) e uma entrevista semi estruturada com os gestores e ou funcionários dos estabelecimentos gastronômicos, (identificado no Apêndice C) para a análise metodológica em campo do Mercado Público da Encruzilhada, no Recife para confrontar com a realidade dos demais mercados públicos analisados nas publicações.

Para a revisão sistemática da literatura foram escolhidos os seguintes critérios: o período de busca dos artigos foi de 31 de julho a 30 de setembro de 2019, para essas publicações o tempo escolhido foi de 10 anos de 2009 a 2018, por ser tema desta pesquisa

relacionado a um debate que emergiu na última década. As bases de dados para pesquisa dos artigos foram: o Google Acadêmico; Scielo; Portal dos Periódicos CAPES por permitirem livre acesso, o idioma para consulta foi português. O algoritmo de busca no Google Acadêmico foi o “+” e o algoritmo booleano AND e OR foram utilizados nos Portal dos Periódicos CAPES e na Scielo. As palavras-chave usadas na primeira etapa de busca foram: (“mercado público”; acessibilidade; gastronomia). Na segunda etapa foram: (“mercado público”; acessibilidade; gastronomia; restaurante); (“mercado público; gastronomia); (“mercado público”; acessibilidade); (gastronomia; acessibilidade). As áreas selecionadas das referências foram: artigos, trabalhos de conclusão de cursos, livros, leis e normas vigente sobre o tema pesquisado.

As publicações encontradas para a revisão de literatura sistemática foram organizados em uma planilha, com etapas e subetapas, como: ano, instituição, revista; metodologia, público alvo, Mercado Público, acessibilidade e gastronomia. E outra planilha da análise sistemática foi criada com leis e normas vigentes sobre acessibilidade referentes ao direito à cultura, lazer e o direito de ir e vir, e normas para bares e restaurantes com o intuito de saber sobre o que diz a lei nessas áreas.

A revisão sistemática da literatura (REIS, 20--?), mostrou que existem poucas publicações de artigos que abordam ao mesmo tempo as três áreas pesquisadas, ou seja: mercado público; acessibilidade; gastronomia. Foram encontrados inicialmente apenas 20 artigos, sendo sete excluídos, depois da leitura, por não apresentarem debaterem acessibilidade no corpo do texto, abordando apenas mercado público e ou com contribuições em outras áreas como arquitetura. Portanto, ao todo, foram 13 artigos científicos selecionados no período de 2009 a 2018 e o período de busca dessas publicações foram de 31 de Julho de 2019 a 30 de Setembro de 2019.

As instituições acadêmicas dessas publicações são sete de universidades federais e seis de instituições particulares. Os artigos mencionados foram publicados em áreas distintas como: arquitetura; turismo e gastronomia; sociologia; administração e nutrição. Dessas 13 publicações, apenas 9 artigos abordam as três áreas pesquisadas. Ao acrescentarmos outros critérios de busca para enriquecer o debate, com publicação com dois temas das três áreas selecionadas como: (“mercado público”; acessibilidade; gastronomia; restaurante); (“mercado público”; gastronomia); (“mercado público”; acessibilidade); (gastronomia; acessibilidade), quatro novos artigos foram identificados.

No Quadro 01, estão identificadas as publicações selecionadas e as áreas investigadas. Essa análise é importante para construir uma reflexão sobre as áreas estudadas, como: mercados públicos, acessibilidade e como a gastronomia pode ser uma alternativa de inclusão.

**Quadro 01-** Publicação selecionada e as áreas abordadas

N° DOS ARTIGOS	AUTORES	MERCADO PÚBLICO*	GASTRONOMIA E/OU RESTAURANTE*	ACESSIBILIDADE*
1	RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018	X	X	X
2	ANDREZZA; FLORES, 2017	X	X	X
3	OLIVEIRA, 2017	X	X	N
4	WALKOWSKI; RAMOS; MOTTA, 2017	X	X	X
5	LIMA et al. 2016	X	X	X
6	XAVIER, 2016	X	X	X
7	LÉLIS, 2015	X	X	X
8	GARCIA; ZOTTIS; BONHO, 2015	X	X	N
9	PERTILE; VIERA, 2015	N	X	X
10	NERI; GIMENES-MINASSE, 2012	X	X	X
11	PANOSSO; PANNO, 2010	X	X	X
12	BLANCO, 2010	X	X	X
13	SACRAMENTO; SILVA, 2009	X	X	N

Fonte: Elaborado pela Autora X: Área abordado no artigo / N: Não abordado no artigo.

## **2.2 As dimensões da acessibilidade**

Na atualidade, a deficiência é encarada como a existência de barreiras, não apenas no ambiente, mas também nas atitudes das pessoas. Segundo Pertile; Vieira (2015), sobre praticar a acessibilidade tanto nos prédios históricos como qualquer edificação existente na sociedade significa: “no que diz respeito à humanização, talvez seja possível inferir que a palavra-chave para defini-la é “acessibilidade” (social e física), uma vez que, no âmbito do espaço público espera-se a livre circulação e interação entre os cidadãos” (PERTILE; VIEIRA, 2015). Percebe-se essa mudança de atitude na abordagem dos direitos das PcD, de forma crescente na sociedade brasileira desde a Constituição Federal de 88, com esforços para se propiciar a essas pessoas o gozo de direitos sem discriminação (BRASIL, 2009; BRASIL, 2015; BRASIL, 2016).

De acordo com Sasaki (2009), as dimensões são o universo da acessibilidade descrito didaticamente a partir dos obstáculos tanto devido à deficiência como quanto a interação com a sociedade. Existem seis dimensões, são elas: arquitetônica, atitudinal, metodológica, programática, comunicacional e instrumental. O maior desafio a ser implementado, por questões de custos e alterações físicas que podem descaracterizar a estrutura original dos prédios, é a dimensão arquitetônica que se refere às barreiras físicas nos espaços para que todos tenham uma circulação entre os ambientes de forma segura e de qualidade, com o máximo de autonomia possível e sem constrangimentos (BRASIL, 2015; SASSAKI, 2009; ABNT, 2004; ABNT, 2016).

A dimensão atitudinal diz respeito ao pensamento sem preconceitos, estereótipos e sem discriminação da sociedade; a metodologia aborda os métodos e técnicas de educação inclusiva e a capacitação dos profissionais; a programática é o conjunto de todas as leis e normas que se aplicam a acessibilidade na busca de derrubar os obstáculos enfrentados pelas pessoas com deficiência e ou mobilidade reduzida; a comunicacional é a dimensão que envolve a quebra das barreiras de comunicação, por exemplo: intérprete em LIBRAS, uso do cardápio em braille, áudio descritivo, com fonte maiores, piso tátil e etc. A ABNT (2008), ressalta a relevância desses recursos comunicacionais como uma importante ferramenta para um efetivo serviço inclusivo, no qual “a comunicação permeia a prestação de serviços: sem comunicação não há prestação de serviços”. Já a dimensão instrumental refere-se a instrumentos, ferramentas e utensílios adaptados conforme a limitação da deficiência para permitir ao indivíduo maior autonomia tanto nas suas atividades de lazer

como na vida profissional (ABNT, 2008; PERNAMBUCO, 2008; SASSAKI, 2009; BRASIL, 2015; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

Para implementar essas mudanças em direção à acessibilidade, de acordo com a Constituição Federal Brasileira de 88 (2016), tem-se a necessidade de criar políticas públicas que promovam efetivamente a igualdade material no Brasil, na qual se busca tratar os desiguais na medida de suas desigualdades. As políticas públicas consolidam a responsabilidade do Estado e da sociedade na eliminação das barreiras à efetiva fruição dos direitos do ser humano de forma integral, para que todos possam participar efetivamente em sociedade, sem nenhum tipo de discriminação. Como aborda o artigo 4º: da lei nº 13.146/15: “Toda pessoa com deficiência tem direito à igualdade de oportunidades com as demais pessoas e não sofrerá nenhuma espécie de discriminação” (BRASIL, 2015).

### **2.3 Mercado Público e gastronomia: alternativas de inclusão**

Um dos desafios para a acessibilidade na área gastronômica é a adequação dos estabelecimentos que estão localizados em sítios históricos ou prédios antigos, construídos quando não se levava em conta qualquer critério de inclusão. É o caso dos mercados públicos municipais construídos, em geral, até meados do século passado, em diversas cidades brasileiras. De modo geral, os artigos identificados na revisão sistemática deram ênfase em sugestões de intervenções arquitetônicas na estrutura dos prédios históricos investigados, como se a acessibilidade se referisse apenas às instalações físicas, no Apêndice A está a identificação das barreiras de acessibilidade apontados; assim como também as propostas recomendadas pela literatura das publicações.

Contudo, reconhece-se que a inclusão das PcD envolve maior conhecimento a acerca das complexidade das patologias neurais, motoras e sensoriais e aponta para a necessidade de desenvolver projetos acessíveis voltados para a superação dos desafios, por meio do conhecimento científico (NERI; GIMENES-MINASSE, 2012; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018). Isso para melhorar o atendimento pois tanto as PcD como as PMR são clientes em potencial dos serviços de alimentação dos mercados públicos municipais. Melhorar o atendimento requer também a conscientização dos profissionais que trabalham nesses espaços para oferecer um serviço universal (ABNT, 2008; NERI; GIMENES-MINASSE, 2012; LÉLIS, 2015; LIMA, 2016; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

Nesses prédios históricos é preciso que com essas adaptações ocorra a quebra de barreira da acessibilidade, sem com isso ocorrer a descaracterização do espaço enquanto um centro histórico-cultural (LÉLIS, 2015; LIMA, 2016; XAVIER, 2016; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018). As atividades econômicas, sociais e culturais das cidades podem se desenvolver através da acessibilidade com um serviço que promova a inclusão das pessoas com deficiência ao direito à lazer; à cultura e à gastronomia (em especial) por fazer parte desse patrimônio junto ao Mercado Público com potencial a ser explorado no turismo local (SACRAMENTO, 2009; PERTILE; VIERA, 2015; LIMA, 2016; XAVIER, 2016; ANDREAZZA; FLORES, 2017; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

De acordo com Oliveira (2017), a importância da “recuperação de Mercados Públicos constitui-se na recuperação de antigos hábitos e práticas sociais e, por consequência, na manutenção das identidades culturais”. Os projetos de requalificação dos mercados devem ter o propósito, por parte da administração, de abranger o maior número de pessoas, sejam tanto os clientes como também seus tradicionais locatários, mas também colocar em prática o design inclusivo para evitar a exclusão de grupos tanto de classes sociais distintas, quanto das pessoas com deficiência e ou mobilidade reduzida para promover atividades de lazer, turismo, entretenimento e a economia local. Configura-se essa requalificação como uma alternativa para inserir a todos nesses novos usos do mercado (PERTILE; VIERA, 2015; GARCIA; ZOTTIS; BONHO, 2015; OLIVEIRA, 2017).

Em sua pesquisa sobre o tradicional Mercado Municipal de Itajaí- SC de 1917, Ramos, Merino; Triska (2018), trazem recomendações baseadas no *design* inclusivo, com o intuito de que todos usufruam do espaço, sem a necessidade de adaptações. A idéia é orientar projetos arquitetônicos que contemplem a diversidade humana, como o desenho universal em conformidade ao Art. 3º, II da lei Brasileira de inclusão da pessoa com deficiência: “ II - desenho universal: concepção de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados por todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou de projeto específico, incluindo os recursos de tecnologia assistiva” (ABNT, 2004; BRASIL, 2015; ABNT, 2016).

A pesquisa dos referidos autores trazem diagnósticos que descrevem o quanto essas ausências de acessibilidade prejudicam o acesso às PcD e as PMR. Como a circulação sem piso tátil, objetos nos corredores prejudicando a mobilidade, ausência de uso de recursos informativos (impressos ou digitais) de como funciona o mercado e os estabelecimentos, em especial, os restaurante e bares. A prestação de serviço ao comensal

é toda verbal e manual o que afeta o consumo por parte dos frequentadores em especial por conta dos ruídos sonoros, ressaltam os autores (RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018). Conforme Lima (2016), a falta de sinalização é o principal problema de acesso, o que mostrou a necessidade de tornar o Mercado Público da Redinha, pesquisado pelo autor, inclusivo de acordo com as leis de acessibilidade (ABNT, 2004; ABNT, 2008; BRASIL, 2015; ABNT, 2016).

Lélis (2015), em sua pesquisa sobre o Mercado Municipal de São Paulo, inaugurado desde 1933, traz uma série de recomendações para uma melhor autonomia das PcD e cita, como exemplo, a melhoria no atendimento e no mobiliário da central de informações. Apesar do balcão de atendimento ser rebaixado, ele não permite uma entrada frontal para que uma pessoa usuária de cadeira de rodas possa se aproximar (ABNT, 2004).

Em relação ao autoatendimento, deve-se colocar à disposição do público, um telefone que transmite mensagem de texto (TTD) de acordo com a normativa da ABNT, 2004. Isso para possibilitar a comunicação escrita por parte das pessoas com deficiência auditiva (surdez) em especial, as não oralizadas. Além disso, os banheiros sinalizados como acessíveis, precisam ser mantidos limpos, livre para circulação sem o uso como depósito de limpeza, com câmera de vigilância em vez de cadeados, para evitar vandalismo no local (ABNT, 2004; LÉLIS, 2015).

Em relação ao piso, recomenda-se o tátil que sinaliza com o contraste do auto relevo para que pessoas com deficiência visual e baixa visão possam se locomover de maneira segura. No estacionamento, sugere-se o uso de “multa” solidária com a intenção socioeducativa sobre a importância da acessibilidade na inclusão social. A acessibilidade dentro do turismo exerce um importante papel por promover a inclusão social da pessoa com deficiência ao direito a lazer, ao conhecimento e cultura (ABNT, 2004; LÉLIS, 2015; ABNT, 2016).

Atualmente o Mercado Público da cidade de Palhoça, está ofuscado pela parada de ônibus central e a sua utilização interna não é atraente para visitantes. A requalificação merece dar destaque no planejamento da acessibilidade arquitetônica de acordo com a adequação das leis e normas regulamentadoras tanto nos edifícios históricos, inclusive no interior, como nas ruas com calçadas com piso tátil, placas sinalizadoras para auxiliar a localização, ter estacionamento rotativo com acessibilidade para potencializar tanto a mobilidade como o turismo do centro (WALKOWSKI; RAMOS; MOTTA, 2017).

Os autores Walkowski; Ramos; Motta (2017), sugerem uma requalificação do centro da cidade Palhoça, dos edifícios históricos que inclui a antiga Prefeitura; a primeira igreja do município, datada de 1868, que passou a chamar-se Nossa Senhora do Parto, a Igreja Matriz e o Mercado Público de Palhoça, através de uma via gastronômica com festivais baseados na culinária local, valorizando tanto a comida regional como seus produtos típicos, por meio de divulgação, com a criação de um roteiro gastronômico do centro, incluindo todos os edifícios históricos na rota.

Passando o centro da cidade a tornar-se uma região cultural, com o objetivo de promover a socialização da comunidade local, dos turistas, valorização da cultura regional e a economia da cidade de Palhoça. Citam como exemplo dessa proposta: os Mercados Públicos de Itajaí e Florianópolis. Os estabelecimentos do centro precisam estar adequado não só na acessibilidade física para os clientes usuários de cadeira de roda e mobilidade reduzida, como na acessibilidade comunicacional aos clientes com deficiência visual e auditiva (WALKOWSKI; RAMOS; MOTTA, 2017).

O Mercado Municipal de São Paulo recebeu da Prefeitura de São Paulo um Selo de Acessível, porém os autores Panosso e Panno (2010), consideram que o esse mercado deve ser considerado relativamente acessível. Isso porque, apesar de todas as entradas desse mercado possuírem rampa com sinalização e piso tátil, apenas as entradas laterais dão acesso ao estacionamento com vagas reservadas para as PcD e PMR e em uma dessas entradas laterais, tanto a rampa como o piso tátil, mostraram-se bem degradados. Para serem efetivamente acessíveis é importante que as placas de sinalização estejam presentes em todo o mercado, não só em relação às informações direcionadas ao serviço do mercado, como o piso tátil, mas informar se tem, e quais são os banheiros acessíveis. O piso é importante que seja plano, e sem degraus como os que tem nos restaurantes do Mercado Municipal de São Paulo (dificultando o acesso por parte dos usuários de cadeira de roda e as PMR). O mercado possui nove lanchonetes/restaurantes sendo famoso pelo enorme sanduíche de mortadela e o pastel de bacalhau que algumas lanchonetes oferecem (PANOSSO; PANNO, 2010).

O pesquisador Blanco (2010), em sua pesquisa entrará em contato com 30 restaurantes para realizar uma entrevista com o intuito de identificar os elementos de responsabilidade civil dos restaurantes, sendo que um desses elementos é a acessibilidade. Porém apenas 6 restaurantes responderam ao questionário, sendo que um deles era localizado dentro do Mercado Público. O entrevistado deste restaurante informou que o

estabelecimento é acessível, mas que o Mercado Público não é. Na percepção do entrevistado a acessibilidade seria apenas direcionada à estrutura física, demonstrando a necessidade em promover informações sobre o tema e suas dimensões. O restaurante considerado acessível não possui, por exemplo, um cardápio em braille. Item que, apesar de não ser obrigatório na cidade, porém desde 2008 a Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social (Seacis) disponibiliza gratuitamente mediante solicitação dos estabelecimentos, bastando o envio do cardápio original do restaurante e o papel para a impressão do cardápio em braille (BLANCO, 2010).

A gastronomia representa parte do patrimônio cultural regional dos mercados públicos e ao mesmo tempo é produto do serviço, isto é, a intermediação entre a cultura com o desenvolvimento econômico local é um atrativo turístico através da alimentação. O serviço gastronômico de boa qualidade é responsável pela fidelização e indicação de destino turístico e cultural, servindo desta forma como propaganda não só para as pessoas que residem próximo ao mercado como para os turistas que vinculam a experiência cultural das comidas regionais ao local visitado (RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018; ANDREZZA; FLORES, 2017).

Por isso reconhecer a identidade gastronômica contribui para assegurar o potencial turístico do Mercado Público, para isso é imprescindível que sejam realizados investimentos tanto na qualidade do serviço, como na infraestrutura interna e no entorno dos mercados públicos. Assim como, a elaboração de roteiros gastronômicos como meio de divulgar essas iniciativas para atrair antigos e novos consumidores, ressignificando o papel do mercado no cotidiano da cidade e como centro de compras e atividade de lazer, tanto para a comunidade local quanto para os turistas (OLIVEIRA, 2017; ANDREZZA; FLORES, 2017; XAVIER, 2016).

O Instituto de Culinária da América (2004), exemplifica as diferentes influências que o serviço gastronômico tem como: “o serviço de mesa desenvolveu-se a partir das mudanças na estrutura social, arquitetônica e nos alimentos que eram servidos”. Logo, a falta do conhecimento sobre as dimensões do universo da acessibilidade podem prejudicar no consumo por parte dos consumidores com deficiência e ou mobilidade reduzida nesses estabelecimentos alimentícios por falta da aplicabilidade dessas ações, principalmente nos bares e restaurantes localizados em sítio histórico, dentro dos mercados públicos.

Com isso, o estudo de revisão sistemática da literatura revelou que uma das barreiras mais enfrentadas tanto pelas pessoas com deficiência como as pessoas com mobilidade

reduzida é a arquitetônica, ao mesmo tempo em que os gestores e funcionários têm mais dificuldades com a dimensão comunicacional e metodológica para oferecer um serviço de qualidade e acessível a todos. Além disso, os autores ressaltaram a importância cultural desses espaços históricos como parte da identidade da população local (LIMA, 2016; XAVIER, 2016; LÉLIS, 2015; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo geral**

Analisar as barreiras de acessibilidade dos estabelecimentos gastronômicos localizados dentro do Mercado Público da Encruzilhada no Recife.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- a) Realizar uma revisão de sistemática de literatura sobre a acessibilidade, levantando suas recomendações para a superação das barreiras encontradas em mercados públicos.
- b) Observar, com o auxílio de um roteiro, as barreiras de acessibilidade no Mercado Público da Encruzilhada.
- c) Levantar, junto aos gestores e/ou funcionários, as barreiras de acessibilidade nos estabelecimentos gastronômicos durante a prestação do serviço no atendimento ao comensal no Mercado Público da Encruzilhada no Recife.
- d) Propor as recomendações para a quebra das barreiras de acessibilidade nos estabelecimentos gastronômicos do Mercado Público da Encruzilhada no Recife.

### **4. CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO**

Os planos de atividades são: levantamento bibliográfico da revisão sistemática de literatura sobre acessibilidade, mercados públicos municipais e gastronomia, assim como as leis e normativas referentes à acessibilidade; desenvolvimento em campo de uma pesquisa no Mercado da Encruzilhada; coletar informações através do roteiro observatório estruturado em formato de *checklist* para a análise dos resultados dos dados obtidos através da elaboração deste relatório de pesquisa para o estágio supervisionado no

Mercado Público da Encruzilhada; e uma entrevista com os gestores e/ou funcionários dos bares e restaurantes do mercado baseados na revisão de literatura e nas leis e normas regulamentadoras sobre acessibilidade. O período de vigência do estágio supervisionado obrigatório foi de 02 de setembro a 25 de novembro de 2019.

De acordo com Lins (2007), no seu livro Mercados do Recife, o Mercado da Encruzilhada foi inaugurado em 9 de dezembro de 1950 em comemoração à Semana do Engenheiro. Sua estrutura física teve um grande destaque arquitetônico, tinha uma área coberta de 3.850 metros quadrados, com 156 compartimentos arejados distribuídos em 214 boxes bem iluminados, tendo a câmara frigorífica com grande capacidade; placas explicativas com explicações de acordo com o gênero do comércio facilitam a orientação dos clientes na hora das compras. Tanto o granito como a cerâmica foram de fabricação local, as paredes desse mercado foram revestidas com azulejos naturais para garantir ao mesmo tempo tanto a higiene como facilitar a limpeza. Ele constituiu-se como orgulho da engenharia pernambucana com a arquitetura no estilo dos anos 50. O novo mercado, como era referido na época, já passou por diversas reformas, sempre com o cuidado de não alterar suas características originais.

De acordo com a Prefeitura do Recife (201-?), o Mercado da Encruzilhada é famoso pelos diversos serviços oferecidos, seja nos “produtos comercializados nos atuais 214 boxes do mercado: frutas, verduras, cereais, miudezas em geral, artesanato, frios, carnes e aves” como em sua diversificada clientela frequentadora, que escolhe o mercado como seu centro de compras, por terem essa centralização comercial em um só local o que facilita a vida dos consumidores Recifenses que frequentam esse espaço. A prefeitura ressalta as praças de alimentação em especial a ala sul por possuir os bares e restaurantes que oferecem desde o café da manhã ao almoço. Atualmente existem 17 no total distribuídos entre as alas sul e norte do Mercado. O Mercado da Encruzilhada está localizado no bairro no bairro da Encruzilhada, na rua Dr. José Maria, com expediente de funcionamento de segunda a sábado das 6h às 18h e aos domingo das 6h às 12h. (LINS, 2007; PCR, 201-?).

## **5. MATERIAL E MÉTODOS**

O presente estudo tem a natureza qualitativa conforme Richardson (2012) descreve: tem como característica a “tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentados pelos entrevistados”, no qual as convicções subjetivas dos entrevistados que têm a prioridade explicativa sobre o conhecimento teórico

do investigador. Foram realizadas um total de oito visitas idas ao Mercado da Encruzilhada, entre os dias 09 e 12 de outubro e 2, 6, 8, 12, 14 e 17 de novembro de 2019 para a análise do roteiro de observação estruturado em um checklist (apontado no Apêndice B) e a entrevista semi estruturada (identificado no Apêndice C). De acordo com Farias e Arruda (2015), que definem a entrevista semi estruturada como um conjunto de poucas perguntas que são redirecionadas conforme o respondente, suas respostas e os objetivos da pesquisa.

A entrevista foi submetida ao comitê de ética da Universidade Católica de Pernambuco (identificado no Apêndice D); com os dados obtidos delas foi realizado a análise de conteúdo, segundo Richardson (2012), esse método é descrito como uma técnica de pesquisa e, como tal, tem determinadas características metodológicas como a objetividade, sistematização e a inferência. Os instrumentos metodológicos, isto é, o roteiro observacional e a entrevista, foram desenvolvidos através do referencial teórico da análise sistemática que de acordo com Reis (20--?), é seguido uma estratégia de pesquisa com sub etapas selecionadas com critérios para o referencial teórico como: o período de busca de 2009 a 2018, as bases de dados com periódico disponível grátis e no idioma português para busca como o Google Acadêmico com o algoritmo +; e os algoritmos e os booleano AND e OR para as bases de dados Scielo; Portal dos Periódicos CAPES, os artigos selecionados tiveram as seguintes informações filtradas: ano de publicação, instituição de origem, objeto de estudo, objetivo, área de estudo e a revista de publicação.

De acordo com a Prefeitura da Cidade do Recife (2018), existem 17 bares e restaurantes situados no Mercado Público da Encruzilhada. Desses, 12 estabelecimentos aceitaram participar da pesquisa de campo por entrevista, sendo que (um locatário tinha dois restaurantes e aceitou participar da entrevista fornecendo informações pelos dois locais). Ou seja, nisto foram onze pessoas entrevistadas ao todo, representando 12 estabelecimentos. Com tudo, no período da coleta de dados, 3 estabelecimentos se encontravam fechados nos dias de ida ao Mercado, nos quais 2 situados na Praça Gourmet e 1 na Praça Arena. Ocorreu também de 2 representantes dos estabelecimentos estarem presentes, porém se recusarem a participar da entrevista.

## **5.1 Procedimentos de campo**

A coleta de dados foram realizadas em duas etapas, a primeira etapa foi observar a parte da acessibilidade arquitetônica, que abrange o estacionamento, a calçada e as

entradas que dão acesso tanto a parte externa como a parte interna do Mercado da Encruzilhada. Na segunda etapa, foram feitas as entrevistas com os gestores ou os funcionários do salão dos estabelecimentos gastronômicos localizados dentro do Mercado da Encruzilhada.

Na etapa de observação feita com o auxílio do roteiro identificado no Apêndice B, foram observados os dados obtidos para identificar quais são as barreiras de acessibilidade no Mercado Público da Encruzilhada, em relação às barreiras físicas da dimensão arquitetônica.

Para analisar os dados colhidos na etapa das entrevistas foi realizada uma análise de conteúdo tanto da literatura estudada, como as leis e normas vigente que serviram para elaborar um roteiro observatório, estruturado nas dimensões de acordo com as barreiras de acessibilidade proposto por Sasaki (2009), como um *checklist* no Apêndice B, para a análise de campo no Mercado Público da Encruzilhada com o objetivo de identificar in loco quais são as barreiras de acessibilidade; e uma entrevista semi estruturada em oito perguntas no Apêndice C com os gestores e ou funcionários dos bares e restaurantes do Mercado da Encruzilhada baseados na revisão de literatura e na lei e normas regulamentadoras para elaborar um diagnóstico com recomendações para a quebra dessas barreiras arquitetônicas, programáticas, atitudinais, comunicacionais e metodológicas da acessibilidade (ABNT, 2004; PERNAMBUCO, 2008; BRASIL, 2015; SEBRAE, 2015).

Na escolha sobre qual o Mercado Público, como objeto de estudo, foi feita uma pesquisa sobre o mercado em reportagem de jornais da cidade e no site da prefeitura do Recife. Nessa busca, identificou-se o “projeto viva o mercado” da prefeitura do Recife por intermédio da Companhia de Serviços Urbanos do Recife (Csurb), e em parceria com a Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer de Pernambuco, que iniciou em 2017 no Mercado da Encruzilhada a criação de uma agenda com diversos eventos com atrações culturais com shows de artistas locais, além da iniciativa de promover a ampla requalificação dos mercados públicos da cidade pelos próximos anos, começando pelos mercados da Madalena e o da Encruzilhada (PCR, 2017).

Em 2018, a continuidade do projeto Viva o Mercado da Companhia de Serviços Urbanos do Recife (CSURB) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), traz uma iniciativa inovadora, baseada na inclusão da pessoa com deficiência visual através da entrega do cardápio em Braille e escrito em fontes maiores para as pessoas com acuidade visual, dando mais autonomia a esse público nos

restaurantes que trabalham com cardápio, no total de sete restaurantes e bares do mercado, promovendo uma ferramenta da acessibilidade comunicacional. Posteriormente a essa etapa, foram entregues em 2019 cardápios com layout bilíngues novos no total de 10 a 12 unidades aos restaurantes que receberam o menu inclusivo sem custo aos comerciantes, além dessa iniciativa o Mercado da Encruzilhada passou por requalificação nos banheiros novos tanto o interno com acessibilidade como o externo no mercado e novos empreendimentos voltados ao lazer e a gastronomia foram inaugurados. Considerando dessa forma o Mercado da Encruzilhada objeto de pesquisa ideal para a temática do ESO (PCR, 2018; PCR, 2019).

## **6. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os resultados apresentados a seguir referem-se a análise das observações realizadas pela pesquisadora para identificar as barreiras de acessibilidade deste mercado nas dimensões arquitetônica, comunicacional, atitudinal e programática diretamente, e indiretamente a dimensão metodológica, e à análise das entrevistas feitas com gestores ou funcionários dos bares e restaurantes localizados dentro do Mercado da Encruzilhada.

### **6.1 Análise observacional do Mercado Público da Encruzilhada**

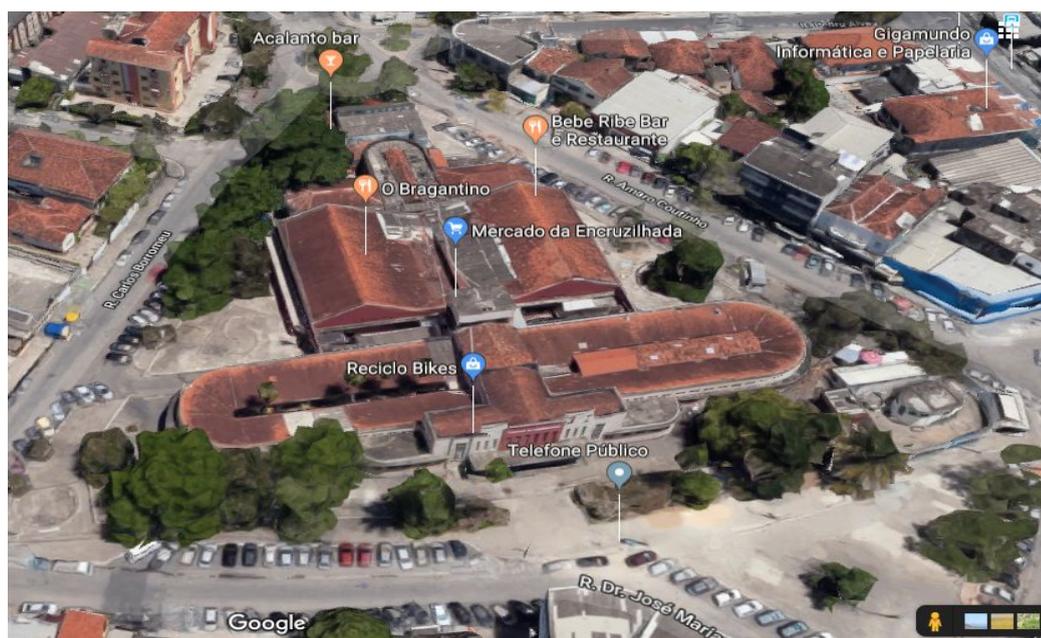
Observando a área externa, o Mercado Público da Encruzilhada possui diversas entradas tanto no prédio como no entorno, com grades que tem a função de muro que delimitam o terreno do Mercado separando-o da calçada das ruas. As entradas laterais dessas grades têm larguras não padronizadas que vão de 95 cm a 1 metro (m) e 50 centímetros (cm) , contrariando a recomendação da NBR 9050 de uma largura mínima de 1m 20 cm para a entrada simultânea de um usuário de cadeira de rodas ao lado de um pedestre em pé (ABNT, 2004).

No âmbito interno, cada uma das entradas do prédio do Mercado Público da Encruzilhada é sinalizada com uma letra. Tais entradas dão acesso direto ao prédio para os usuários, são elas: a entrada frontal que é a principal sendo sinalizada com uma placa com o acesso A, e os demais acessos laterais sinalizados com placa com a identificação: B, D, F, sentido a Rua Carlos Borromeu; e do lado oposto os acessos laterais: C, E e G sentido a rua Amaro Coutinho, conforme a Figura 1 que ilustra a vista aérea do Mercado da Encruzilhada. Todas as entradas possuem largura mínima de 1m 20 cm. Porém, uma das

entradas tem um degrau e não possui placa sinalizando como as demais entradas, ela está localizada próxima a área do acesso A e B (que dá acesso próximo aos banheiros internos).

Em relação às calçadas percebe-se que elas apresentam poucas superfícies irregulares, exceto aquelas próximas às árvores devidos às raízes externas. Isso ocorre principalmente na área de acesso às entradas D e F, o que promove obstáculos e possíveis acidentes envolvendo pessoas com deficiência física ou visual e também as que possuem mobilidade reduzida. O que corroboram os autores Walkowski, Ramos e Motta (2017), ao constatarem a falta de acessibilidade tanto nas calçadas, como na infraestrutura que permeia o Mercado Público de Palhoça. Os mesmos autores sugerem em sua pesquisa de estudo intervenções na cidade de Palhoça em Santa Catarina para melhorar o desenvolvimento com o aumento da oferta turística através de uma requalificação que destaque o planejamento para a acessibilidade que permeie todos os âmbitos da cidade para possibilitar o acesso a todos.

**Figura 1.** Vista aérea do mercado da Encruzilhada



Fonte: Google Maps

As rampas das entradas não possuem medidas padronizadas, sendo a rampa da entrada do acesso D a menos acessível nos quesitos de segurança e autonomia, tanto para os usuários de cadeira de rodas como para as pessoas com mobilidade reduzida. A referida rampa não possui barras de apoio. Essas rampas executadas com a inclinação incorreta foram identificadas também nas pesquisas de Panosso e Panno (2010), e Neri;

Gimenes-minasse (2012), em que demonstram que o desacordo em relação às normas referentes a acessibilidade arquitetônica não são exclusivas do Mercado da Encruzilhada.

De acordo com a NBR 9050 da ABNT (2008), “[...] Quando não houver paredes laterais, as rampas devem incorporar elementos de segurança, como guarda-corpo e corrimãos, guias de balizamento com altura mínima de 0,05 m[...]”, e “são consideradas rampas as superfícies de piso com declividade igual ou superior a 5 %.”, para verificar se a rampa é acessível deve realizar o cálculo referente a inclinação da rampa, ilustrado na Figura 2 do cálculo para inclinação da rampa, para saber se a rampa se enquadra nesse parâmetro. A rampa do acesso D tem as seguintes medidas: altura do 38 cm desnível ( $h$ ), comprimento de 1m 19cm ( $c$ ), e largura de 102 cm com a inclinação de 3,19%, conforme a Figura 3 do acesso D.

**Figura 2.** Cálculo para inclinação da Rampa

A inclinação das rampas, conforme Figura 70, deve ser calculada conforme a seguinte equação:

$$i = \frac{h \times 100}{c}$$

onde

$i$  é a inclinação, expressa em porcentagem (%);

$h$  é a altura do desnível;

$c$  é o comprimento da projeção horizontal.

Fonte: Extraído de: ABNT (2008)

No estacionamento do Mercado foram identificadas duas vagas reservadas para usuários de cadeira de rodas: uma próxima à entrada principal, no acesso A e a outra próxima à entrada do acesso F. Esta não é acessível a todos pois a calçada é irregular, e não é rebaixada. Observa-se, ainda, que essas duas vagas não possuem as listras zebras de acesso ao usuário de cadeira de rodas e estão precisando ser pintadas novamente para facilitar a visualização, conforme a Figura 4 do estacionamento referente a entrada do acesso F. Segue a imagem do estacionamento da entrada do acesso F. Em relação ao referencial teórico pesquisado, o estado do estacionamento e as vagas acessíveis não foram informados, apenas trazem recomendações de ter um estacionamento rotativo acessível, ter rampas que auxiliam no percurso do estacionamento ao Mercado e a política de multa simbólica para os usuários sem deficiência, para promover

o uso consciente das vagas reservadas aos PcD (PANOSSO; PANNO, 2010; LÉLIS, 2015; WALKOWSKI; RAMOS; MOTTA, 2017).

**Figura 3:** Acesso D



Fonte: Autoria própria

**Figura 4** Estacionamento referente a entrada do acesso F



Fonte: Autoria própria

No seu espaço interno, o Mercado da Encruzilhada possui três praças de alimentação: a Arena, a Tradição e a Gourmet. No geral, nessas praças, o piso não possui desníveis e são antiderrapantes, porém sem o piso tátil de alerta e direcional. A Praça Gourmet tem um *layout* estreito, como um corredor. Os três estabelecimentos colocam tonéis na sua frente, tornando-os obstáculos para as pessoas com deficiência motora e as PMR. E caso esses tonéis não sejam retirados, os clientes usuários de cadeiras de rodas para circular neste salão ficam limitados às mesas das extremidades e a área do pátio que dá acesso a área E. Em concordância com a pesquisa de Ramos, Merino; Triska (2018), sobre o tradicional Mercado Municipal de Itajaí, é importante observar a livre circulação entre os ambientes, sem a necessidade de ajustes no momento do atendimento pois pode ocasionar constrangimentos aos clientes com necessidades específicas de mobilidade física.

A Praça Arena tem seu acesso direto pela entrada F e possui espaço de circulação livre delimitada por uma faixa de cor amarela, sinalizando onde devem ser colocadas as mesas e cadeiras. Esta praça possui melhor layout para as pessoas com deficiência motora, visual e as PMR, conforme mostra as imagens da Figura 5 das Praças Gourmet e Arena da esquerda para a direita.

**Figura 5.** Praça Gourmet e Praça Arena



Fonte. Autoria própria

Na praça tradição o *layout* também favorece a circulação das pessoas, porém existe um excesso de mesas e cadeiras. Para possibilitar o acesso às pessoas com deficiência

motora, visual e as PMR, os gestores optaram por acrescentar mesas fora da Praça, conforme mostra a Figura 6, e nas extremidades das pontas desse salão. E aos sábados orientam seus clientes a acomodarem-se no pátio externo pois é o dia de maior público, com evento festivo e música ao vivo.

**Figura 6.** Praça Tradição



Fonte: Autoria própria

O Mercado possui banheiros localizados na área externa e na interna esta possui área para banheiro acessível, tanto para o público feminino como para o masculino, ambos são mantidos fechados e sem a sinalização na porta que indique o uso exclusivo para as PcD motora e PMR. Para fazer uso desses banheiros é preciso solicitar ao funcionário (a) de limpeza para abri-los. O banheiro acessível feminino é usado como depósito para os produtos de limpeza, é o último box do corredor como mostra a Figura 7. Essa prática de manter o banheiro acessível trancado foi constatada pelos pesquisadores Panosso e Panno (2010), e por Lelis (2015), no qual o banheiro acessível além de ser mantido fechado, também era usado como depósito, uma prática que precisa ser extinta.

**Figura 7.** Banheiro acessível feminino



Fonte: Autoria própria

Desse modo, os principais problemas de acessibilidade observados nesta fase foram referentes a não aplicabilidade das normas regulamentadoras da ABNT 9050:2008 que trata de acessibilidade de edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos. O Mercado precisa realizar intervenções nas calçadas do entorno, e a rampa do acesso D, piso tátil tanto na calçada do entorno como por dentro do Mercado, no banheiro acessível falta a identificação dos símbolos internacionais, conforme a NBR 9050 (ABNT, 2004; ABNT, 2016). Na mesma direção quatro estudos do referencial teórico em suas recomendações, para a acessibilidade arquitetônica, ressaltam a necessidade do uso de piso tátil, tanto na calçada como no Mercado, rampas dentro do parâmetro de segurança, uso de símbolos para sinalizar os ambientes acessíveis reservado às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida (PANNO, 2010; LÉLIS, 2015; PANOSSO; WALKOWSKI; RAMOS; MOTTA, 2017; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

## **6.2 Entrevista com os profissionais dos estabelecimentos gastronômicos do Mercado da Encruzilhada**

Ao levantar junto aos gestores e colaboradores seus pontos de vista em relação a acessibilidade nos estabelecimentos de alimentação, através das entrevistas, cujo questionário encontra-se no Apêndice C, foi verificado o que a maioria dos prestadores de serviço entrevistados entende por acessibilidade, as respostas foram interpretadas conforme a análise de conteúdo. Segundo eles: ser um bom atendente; prestar um atendimento de qualidade e humanizado aos clientes. Como resposta também foi obtido que acessibilidade é ter acesso à comunicação, a crédito no banco; facilidade de encontrar produtos e serviços; o prédio ter rampa, permitir que o atendimento seja para todos, seja o comensal com ou sem deficiência. Dos entrevistados três responderam que não sabiam o que era acessibilidade. Blanco (2010), sugere a importância de disseminar o conhecimento sobre as dimensões a respeito da acessibilidade, em sua pesquisa, os entrevistados relacionaram apenas as estruturas físicas, em comparação com os entrevistados do Mercado da Encruzilhada, houve respostas similares, porém em contrapartida, teve quem foi além e atribuiu a acessibilidade para o atendimento e a comunicação, demonstrando uma mudança na percepção sobre o tema por parte dos entrevistados.

Os entrevistados responderam que costumam atender pessoas com deficiência motora em seus estabelecimentos, sendo eles usuário de cadeira de rodas ou mobilidade reduzida. E quando questionados sobre como costuma ocorrer esse atendimento e se possuem alguma dificuldade, as respostas foram que o atendimento é igual para todos, que os atendentes precisam ter empatia, assim, quando o cliente precisa de ajuda, é auxiliado por eles ou conta com a presença de um intérprete/acompanhante. Sobre as dificuldades, responderam que não possuem dificuldades. Alguns entrevistados relataram que identificam dificuldades na estrutura do mercado, tais como acomodar os clientes por conta da mesa. Neri e Gimenes-Minasse (2012), afirma que o salão dos bares e restaurantes deve ter ao menos 5% das mesas adaptadas para as pessoas que usam cadeira de rodas, e quatro estudos do referencial teórico relatam que o caminho para um atendimento inclusivo requer conscientização dos profissionais que trabalham nesses espaços (NERI; GIMENES-MINASSE, 2012; LIMA, 2016; LÉLIS, 2015; RAMOS; MERINO; TRISKA, 2018).

A maioria dos respondentes confirmou que atendem clientes com deficiência auditiva e ao serem questionados sobre como ocorre o atendimento, aponta ser normal no dia dia em comparação aos clientes sem deficiência auditiva. Outros funcionários e gestores

descreveram que anotam o pedido do que o cliente quer através do seu entendimento dos gestos e mostram para o cliente para confirmar, isso quando não conseguem entender o pedido. Outros relatam ainda que o comensal geralmente aponta para o que quer no cardápio. Um dos entrevistados afirmou que mostra a comida para o comensal escolher, além disso, quando estes clientes vêm ao restaurante/bar sempre estão com acompanhante/intérprete que “fala” pelo cliente com deficiência. Sobre as dificuldades, metade relatou que não tem e a outra metade confirmou que possui dificuldades e que seria bom saber LIBRAS. Afirmaram ainda que o mercado poderia ter intérprete para auxiliar os locatários. E ao serem perguntados se o estabelecimento possui algum profissional intérprete em LIBRAS para atender as pessoas com deficiência auditiva ou surdez, a resposta foi unânime: não tem um intérprete no Mercado. Neri e Gimenes-Minasse (2012), recomenda que tenha um profissional do salão intérprete em LIBRAS para quebra dessa barreira de comunicação, assim como Ramos; Merino; Triska (2018), com o uso de recursos tecnológicos para melhorar a comunicação no atendimento, ambos pesquisadores seguem na mesma linha de pensamento ao relatarem o quanto essa barreira comunicacional prejudica a prestação de serviço ao comensal com deficiência auditiva.

Os entrevistados foram questionados se o estabelecimento já teve algum treinamento sobre a prestação de serviços e mais da metade relatou que não passaram por treinamento, a outra parte que teve treinamento afirmou que foi pelo SEBRAE e que nesse treinamento não foram abordadas orientações sobre o atendimento às PcD e as PMR. Já outros afirmaram que o SEBRAE abordou este tema e isso foi o que ajudou muito no atendimento. Estes entrevistados relataram ainda que, além desses treinamentos, participaram de uma iniciativa feita pela Prefeitura da Cidade do Recife, em parceria com o SEBRAE, e que além do treinamento, também foram doados cardápios tanto em braille quanto bilíngue. Em conformidade com Neri e Gimenes-Minasse (2012) e Lélis (2015), nessas pesquisas respaldam que o atendimento precisa ser feito por profissionais capacitados para poder instruir corretamente os comensais durante o serviço.

Os entrevistados foram questionados se os estabelecimentos costumam atender pessoas com deficiência visual. A maioria afirmou que atendem e que a maioria desses clientes vem acompanhado, assim o atendimento, segundo eles é normal como qualquer outro, já outros entrevistados afirmam que tentam atender aos deficientes visuais mas não têm a mesma facilidade em comparação ao cliente sem deficiência. Um dos colaboradores

respondeu que é o cliente com deficiência visual o que mais frequentam o estabelecimento, em relação aos demais clientes com deficiência. Quando atende, avisa verbalmente o cardápio, descrevendo os pratos do menu. Essa forma de atender foi constatada nas recomendações propostas por Neri e Gimenes-Minasse (2012), em que o profissional do salão deve descrever todo serviço através da comunicação. Por exemplo, onde estão os talheres, a comida, a bebida. Em se tratando das dificuldades, a maioria afirmou possuir dificuldades em interpretar o que o cliente com deficiência visual deseja. Já poucos entrevistados responderam ter dificuldades em atender, mas não especificaram quais são essas dificuldades.

Quando questionados sobre cardápio acessível (cardápio em Braille ou audiodescritivo), a maioria dos entrevistados afirmou que não possui. As justificativas foram as mais variadas: falta de interesse, nunca pensou no assunto por não usar cardápio de nenhum tipo, ou porque a venda é externa, fazendo entregas, não recebe muitos clientes com deficiência visual, pelo fato da prefeitura não ter incluído o estabelecimento no programa que fornece este tipo de cardápio. Apenas dois entrevistados afirmaram ter o cardápio em Braille. Apenas a pesquisa de Blanco (2010), trata dessa questão sobre a importância do uso de cardápio em Braille nos estabelecimentos alimentícios.

Finalmente, na última questão foi perguntado se o estabelecimento possui perfil em rede sociais, a maioria respondeu que não possui e uma pequena parcela, afirmaram ter, como *instagram*, *facebook* e *whatsapp*. Em concordância com os autores Neri e Gimenes-Minasse (2012) e Ramos; Merino; Triska (2018), que afirmam a importância de utilizar aplicativos e recursos digitais como instrumento para o atendimento inclusivo.

### **6.3 Propor recomendações para transposição das barreiras de acessibilidade no Mercado da Encruzilhada**

Em relação às recomendações propostas para a quebra das barreiras de acessibilidade nos estabelecimentos gastronômicos do Mercado Público da Encruzilhada no Recife, o estudo de campo junto ao referencial teórico, identificou pontos que precisam ser trabalhados como: a manutenção do piso das calçadas retirando-se os degraus e os desníveis, em especial próximos às árvores e a inclusão do piso tátil direcional com linha guia e de alerta os obstáculos, conforme as normas regulamentadoras da ABNT 16537:2016 e a 9050:2004, tanto nas calçadas como dentro do Mercado, garantindo maior

segurança e autonomia das pessoas com deficiência motora, visual e as com mobilidade reduzida. Padronizar as medidas das portas das grades para o mínimo de 1m 20cm, possibilitando a entrada simultânea de uma pessoa em pé e do usuário de cadeira de rodas. (ABNT, 2004; ABNT, 2016).

Em relação aos estacionamentos, próximo a cada entrada é importante que tenha uma vaga acessível reservada, bem evidenciada, com as listras zebras e com uma placa de sinalização, com calçada rebaixada. É importante ter atenção ao fluxo desse público, não adianta ter vaga reservada sem a real possibilidade do usuário de cadeira de rodas entrar no Mercado, por falta de uma rota acessível. Esse fenômeno foi observado na pesquisa de Panosso e Panno (2010). Em se tratando dos banheiros acessíveis, é importante serem sinalizados com o símbolo internacional de acesso conforme as instruções da ABNT 9050:2004, e se recomenda não ser usado como depósito de produto de limpeza (DML) (ABNT, 2004; Lélis, 2015).

Um recurso a ser implementado no Mercado da Encruzilhada seria um painel informativo com imagens da planta baixa, localizando os locatários e os tipos de serviços oferecidos, escrito em português, inglês e em braille. Identificar os acessos das entradas, dos banheiros interno e externo, direcionando assim o fluxo dos usuários do Mercado. Vale lembrar que o Mercado não possui uma central de informação com recepcionista para os usuários ou turistas, em comparação com o Mercado de São Paulo conforme Lélis (2015), relata a existência de uma central de informação aos usuário do Mercado.

Outro recurso recomendado é o uso de divulgação do Mercado por meio digital, pois ele não possui esses meios de divulgação em páginas de rede sociais como *instagram*, *facebook*, *site* e *hashtag*, assim como seus locatários, já que a maioria não faz uso desses recursos, perdendo uma oportunidade de divulgação dos seus serviços, do cardápio, promoções entre outros, para atrair clientes novos e o retorno dos antigos, desta forma movimentar mais a economia e o turismo local. Tal recomendação em relação ao uso de rede sociais não foi informada no referencial teórico, apenas o uso de aplicativos e recurso digitais descritos nos estudos respectivamente Neri; Gimenes-minasse (2012) e Ramos, Merino; Triska (2018).

Os gestores e funcionários devem passar por treinamento relacionado a prestação de serviços ao cliente em geral, seja cliente com deficiência ou com mobilidade reduzida, é preciso que o serviço seja universal e inclusivo a todos. Nas respostas dos entrevistados, a maioria relatou que possui dificuldade em atender o público com deficiência, seja ela de

origem motora e sensorial em especial. Os que afirmaram não ter dificuldade, alegaram que esse público vem acompanhado ou com intérprete. Assim, é preciso conhecer as limitações desses clientes para promover a quebra das barreiras comunicacional e atitudinal, por parte dos prestadores de serviços, conforme a ABNT NBR 15599:2016 referente a acessibilidade comunicacional. Em concordância com a necessidade de capacitação profissional foram relatados pelos pesquisadores Neri; Gimenes-minasse, (2012),Lélis, (2015), Lima, (2016) e; Ramos; Merino; Triska ( 2018).

Um bom recurso para a transposição dessas barreiras comunicacionais é o uso de cardápio acessível. De acordo com a lei estadual de Pernambuco nº 13.401, de 4 de março de 2008 (2008), os artigos 1º e o 2º é obrigatório que os bares e restaurantes tenham cardápio em braille para o atendimento às pessoas com deficiência visual, com as seguintes informações: “ter os nomes dos pratos, os ingredientes utilizados no preparo, a relação de bebidas e os respectivos preços”. Paralelo a essa lei estadual, existe uma proposta de lei em tramitação no senado a lei nº 1550, de 2019, que caso seja aprovada torna esse cardápio acessível em braille e a fonte Times New Roman e o tamanho 28 para as pessoas com acuidade visual como obrigatório em todo o território nacional no qual os estabelecimentos alimentícios como bares, lanchonetes e restaurantes deverão ter ao menos uma unidade no empreendimento. Nenhum estudo do referencial teórico abordou esses aspectos exigido na lei estadual nº 13.401:2008, por ser restrita ao estado de Pernambuco, apenas a importância em ter cardápio em Braille como instrumento de acessibilidade (BLANCO, 2010;PERNAMBUCO, 2008; BRASIL, 2019).

O cardápio segundo Magnée (2005), tem a função gerencial, sendo um instrumento de venda para divulgação do serviço prestado, podendo influenciar diretamente na rentabilidade do estabelecimento. Esse instrumento envolve os mais diversos segmentos do empreendimento, definindo o tipo de serviço, quantidade de mão de obra, planejamento de compras, o estoque e auxilia no atendimento, sendo esse último recurso poder ajudar o profissional de salão na prestação de serviço ao comensal. A importância gerencial do cardápio não foi observada nesse aspecto em nenhum estudo.

O atendente do salão ao receber o comensal com deficiência visual deverá descrever verbalmente o que o estabelecimento oferece, o preço, as características dos pratos, e ao servir avisar a localização de todos os itens na mesa, principalmente caso não tenha o cardápio acessível que possibilita maior autonomia ao cliente. Quando atender o cliente com deficiência auditiva, o uso de imagens dos pratos no cardápio por exemplo é

uma forma de indicar ao cliente os alimentos e bebidas. Caso o estabelecimento não conte com o intérprete em LIBRAS (o que seria o ideal), pode usar esses recursos visuais para facilitar o atendimento. É importante que os funcionários interajam durante o atendimento com o próprio cliente e não apenas com o seu acompanhante, e para isso ser possível se faz necessário que os funcionários estejam capacitados para atender aos clientes com deficiência e os com mobilidade reduzida, tornando-se dessa forma, um atendimento universal a todos. Do referencial teórico apenas Neri e Gimenes-Minasse (2012), recomenda o profissional intérprete em LIBRAS e que o atendente não se dirija unicamente ao acompanhante do comensal com deficiência, ao mesmo tempo que não houve na literatura orientações em como proceder nesses casos.

## **7. CONCLUSÕES**

Enfim, percebe-se que em relação a acessibilidade aos Mercados Públicos Municipais, em especial ao Mercado da Encruzilhada, há muitas mudanças físicas e atitudinais que podem e devem ser feitas para melhorar a qualidade e o acesso às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Nas entrevistas apenas dois estabelecimentos citaram ter recebido esses cardápios em braille, e de acordo com o site da prefeitura foram sete contemplados dos dezessete existente no Mercado da Encruzilhada, porém cinco estabelecimentos não foram entrevistados, mesmo assim ofertar esses cardápios já facilita muito a comunicação e interação social das pessoas com deficiência visual.

Ao mesmo tempo essa iniciativa deveria ser incluída não só nos empreendimentos gastronômicos como em todos os locatários nos quais fossem realizados capacitações referentes à prestação do serviço ao atendimento ao cliente tanto com deficiência, como os que não tem, e posteriormente o Projeto deveria ser implementado em todos os mercados públicos da cidade do Recife, servindo de exemplo para as demais prefeituras do país. Pois a partir de iniciativas simples como essas pode-se melhorar a qualidade de vida das pessoas, a cultura, a economia e o comércio local.

É importante trabalhar a conscientização em prol de um atendimento inclusivo para formar cada vez mais uma sociedade inclusiva e não excludente, e a implementação de projetos que envolvem a acessibilidade é uma reparação pela forma que as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida foram tratadas na sociedade durante muitos anos e; realizar essas ações no Mercado Público da Encruzilhada é muito importante porque ele não é apenas um centro de compras, é um espaço cultural que contribui e que mantém

vivo as tradições regionais de Pernambuco. Pois deve-se valorizar o patrimônio arquitetônico e o imaterial como a gastronomia, sendo por isso, esses mercados considerados importantes espaços culturais urbanos.

Em relação aos objetivos do estágio supervisionado obrigatório em analisar as barreiras de acessibilidade dos estabelecimentos gastronômicos localizados dentro do Mercado Público da Encruzilhada no Recife, percebe -se uma iniciativa em atender aos requisitos de acessibilidade, porém existem diversos pontos que precisam ser melhorados em relação às dimensões de acessibilidade, seja arquitetônica: com o uso de piso tátil, sinalização com o símbolo de acessibilidade, manutenção das calçadas do mercado, uso de placas informativas e maior atenção a rota acessível para os estacionamentos em todos os espaços do Mercado da Encruzilhada.

Na dimensão comunicacional, é importante melhorar o uso dos cardápios, principalmente dos estabelecimentos que não o usam; usar recursos de divulgação em rede sociais com uso de descrição tanto do cardápio como dos seus serviços; com uso de recursos para cego ver, vídeos em LIBRAS e ou legendados; para incluir as pessoas com deficiência sensitiva. Na dimensão atitudinal foram constatados com os resultados das entrevistas que uma parte significativa das pessoas entrevistadas possuem uma imagem errada das pessoas com deficiência por recorrer apenas ao acompanhante, independente da origem da deficiência, mesmo que essa atitude seja feita de forma inconsciente, percebe-se a importância de estudos na área de acessibilidade e que deve-se levar esses conhecimentos para conscientização da sociedade como todo e para contribuir com a interação social das PcD.

Infelizmente foram constatadas pouquíssimas publicações acadêmicas sobre o tema no período dos últimos dez anos, demonstrando a necessidade de mais estudos na área pesquisada, de modo a investigar as dificuldades enfrentadas por parte desse público, que são inúmeras, devido a origem das deficiências serem diversas, para promover a quebra das barreiras não somente físicas como também atitudinais, para que assim possa possibilitar o acesso com segurança e autonomia das pessoas com deficiência que são, de acordo com a constituição federal de 88 do Brasil, detentoras de direitos como qualquer outro cidadão nacional.

E possibilitar a esse público o acesso com autonomia e respeito a suas necessidades aos serviços dos mercados públicos vem a contribuir não somente para os deficientes como para todos os ocupantes desses espaços pois favorece a relação social,

cultural e conseqüentemente econômica, possibilitando a todos o uso desses espaços tão valiosos para a área gastronômica, como também para a área cultural.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050: 2004. Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, espaços e Equipamentos Urbanos**. Rio de Janeiro. 2004. Disponível em: <https://www.ufpb.br/cia/contents/manuais/abnt-nbr9050-edicao-2015.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR. 16537:2016. Acessibilidade - Sinalização tátil no piso - Diretrizes para elaboração de projetos e instalação**. [2016]. Disponível em <http://www.abnt.org.br/imprensa/releases/5477-piso-tatil-tem-funcao-importante> .Acesso em: 31 jul. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR.15599:2008. Acessibilidade - comunicação na prestação de serviços**. [2008]. Disponível em [https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/sismob2/pdf/field\\_generico\\_imagens-filefield-description\\_21.pdf](https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/sismob2/pdf/field_generico_imagens-filefield-description_21.pdf). Acesso em: 31 jul. 2019.

ANDREAZZA, Giuliano Lucena; FLORES, Luiz Carlos da Silva. A competitividade de um destino turístico: Estudo do potencial turístico de itajaí-sc na perspectiva dos turistas. Foz do Iguaçu – Paraná - Brasil. **11o Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu 28,29 e 30 de junho de 2017**. Disponível em: <http://festivaldascataratas.com/forum-turismo/anais/2017/gt9-marketing-e-servicos/1-a-competitividade-de-um-destino-turistico-estudo-do-potencial-turistico-de-itajai-sc.pdf> Acesso em: 28 set. de 2019.

BRASIL. [Constituição(1988)]. **Constituição Da República Federativa Do Brasil De 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 31 jul. 2019.

BRASIL. **Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009**. Dispõe sobre convenção internacional sobre os direitos das pessoas com deficiência e seu protocolo facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de [2007]. Brasília, DF: Presidência da República, [2009]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm). Acesso em: 31 jul 2019.

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência**. Brasília, DF: Presidência da República, [2015]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm). Acesso em: 31 jul. 2019.

BRASIL. PL 1550/2019 PROJETO DE LEI nº 1550 de 2019 Altera a Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. (Estatuto da Pessoa com Deficiência), para estabelecer a obrigatoriedade da

disponibilização de cardápio em Braille por bares, lanchonetes e restaurantes. **Senado Federal**. [2019]. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/135798> Acesso em:. 01 set. 2019.

BLANCO, Luiz Alonso; Silva, Marcelo Oliveira da. Restaurantes de Destinos Turísticos e Responsabilidade Civil: uma experiência em Porto Alegre RS. VI Seminário em Turismo do MERCOSUL – SeminTUR. Universidade de Caxias do Sul. 2010. Disponível em: [https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_6/arquivos/10/Restaurantes%20de%20Destinos%20Turisticos%20e%20Responsabilidade%20Civil.pdf](https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/10/Restaurantes%20de%20Destinos%20Turisticos%20e%20Responsabilidade%20Civil.pdf) . Acesso em:. 30 set. 2019.

CARTILHA DO CENSO 2010. **Pessoas com Deficiência**. / Luiza Maria Borges Oliveira / Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR) / Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD) / Coordenação-Geral do Sistema de Informações sobre a Pessoa com Deficiência; Brasília : SDH-PR/SNPD, 2012. Disponível em: <http://www.unievangelica.edu.br/novo/img/nucleo/cartilha-censo-2010-pessoas-com-deficiencia-reduzido.pdf> Acesso em:. 31 mar. 2019.

CULINARY INSTITUTE OF AMERICA. **A arte de servir**: um guia para conquistar e manter clientes destinado a funcionários, gerentes e proprietários de restaurantes. São Paulo: Roca, 2004.

FARIAS FILHO, Milton Cordeiro; ARRUDA FILHO, Emílio J. M. **Planejamento da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GARCIA, R. K. O.; ZOTTIS, A. M.; BONHO, D. V. A gastronomia e seu uso turístico: a contribuição do projeto de extensão “turismo e gastronomia: unindo sabores e saberes” para a valorização do patrimônio cultural imaterial. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 12, n. 2, Novo Hamburgo, ago de 2015, p. 67-82 Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/327>. Acesso em:. 29 set. 2019.

LÉLIS, E.C. Mobilidade urbana e diagnóstico da acessibilidade: um instrumento de análise. UNINOVE. **Anais do IV SINGEP**, São Paulo – SP – 2015. Disponível em: <https://singep.org.br/4singep/resultado/674.pdf>. Acesso em:. 02 de set. 2019.

LIMA, C. et al. Ginga with tapioca: Redinhas market gastronomy as tourism attraction. **Revista de Turismo Contemporâneo – RTC**, Natal, v. 4,n.1, p. 45-66, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/download/7845/6960/0> Acesso em:. 02 de set. 2019.

LINS, Marcelo. **Mercados do Recife**. Recife's Markets. Recife. Recife no Bolso, 2007. (Apresentação: Leonardo Dantas, Fotografias: Damião Santana).

MAGNÉE, Henri. **Administração simplificada para pequenos e médios restaurantes**. São Paulo: Varela, 2005.

NERI, Luciane; GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta S.G. Acessibilidade em restaurante e similar: reflexões introdutórias. Anais do VII seminário de pesquisa em turismo do Mercosul. **Semintur**. Turismo e Paisagem: Relação Complexa. Universidade De Caxias Do Sul. 16 e 17 de Nov. de 2012. Disponível em: [https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/arquivos/14/07\\_25\\_19\\_Neri\\_Gimenes.pdf](https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/14/07_25_19_Neri_Gimenes.pdf). Acesso em: 06 ago. 2019.

OLIVERA, Juliana Delgado. **Novos usos do patrimônio cultural edificado: análise da requalificação para uso cultural do Mercado Público Municipal de Jaguarão/RS**. Jaguarão. 2017. 45p. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Produção e Política Cultural) - Universidade Federal do Pampa, Campus Jaguarão,. Disponível em: <http://dspace.unipampa.edu.br:8080/jspui/handle/rii/2385> Acesso em: 20 set. 2019.

PANOSSO, A.; PANNO, G. (2010). Turismo e acessibilidade na cidade de São Paulo: da teoria à prática. Revista Itinerarium v.3, 2010. Departamento de Turismo e Patrimônio – Escola de Turismologia – Centro de Ciências Humanas e Sociais. **Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)**. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium/article/view/1265> Acesso em: 30 set. 2019.

PERNAMBUCO (Estado). LEI Nº 13.401, DE 4 DE MARÇO DE 2008. Torna obrigatório o oferecimento de cardápios em Braille em bares e restaurantes no Estado de Pernambuco e dá outras providências. **Assembléia Legislativa Do Estado De Pernambuco (ALEPE)** [2008]. Disponível em: <http://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?id=9603&tipo=TEXTORIGINAL> Acesso em: 31 jul. 2019.

PERTILE, K.; VIEIRA, M. S. Espaço Público em Florianópolis: Vitalização ou Especulação Urbana?. **1º Congresso Internacional. Espaços Públicos**. 19-22 Outubro. 2015. Campus Central da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS Disponível em: [https://www.academia.edu/19469402/Espa%C3%A7o\\_P%C3%BAblico\\_em\\_Florian%C3%B3polis\\_vitaliza%C3%A7%C3%A3o\\_ou\\_especula%C3%A7%C3%A3o\\_urbana\\_Public\\_Space\\_in\\_Florian%C3%B3polis\\_vitalization\\_or\\_urban\\_speculation](https://www.academia.edu/19469402/Espa%C3%A7o_P%C3%BAblico_em_Florian%C3%B3polis_vitaliza%C3%A7%C3%A3o_ou_especula%C3%A7%C3%A3o_urbana_Public_Space_in_Florian%C3%B3polis_vitalization_or_urban_speculation). Acesso em: 26 set. 2019.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE (PCR). **Projeto Viva o Mercado tem início neste sábado (21) no Mercado da Encruzilhada**. 2017. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/noticias/20/10/2017/projeto-viva-o-mercado-tem-inicio-neste-sabado-21-no-mercado-da-encruzilhada>. Acesso em: 11 out. 2019.

PREFEITURA DO RECIFE (PCR). **Mercado da Encruzilhada. Recife.** 201-?. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-encruzilhada> Acesso em:. 11 out. 2019.

PREFEITURA DO RECIFE. (PCR). **Prefeitura do Recife implanta cardápios em braile no Mercado da Encruzilhada. Mobilidade.** Recife. 2018. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/noticias/05/09/2018/prefeitura-do-recife-implanta-cardapios-em-braile-no-mercado-da-encruzilhada>. Acesso em:. 11 mar . 2019.

PREFEITURA DO RECIFE (PCR). **Bares e restaurantes do Mercado da Encruzilhada recebem cardápios bilíngues. Mobilidade.** Recife. 2019. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/node/289021>. Acesso em:. 26 set. 2019.

RAMOS, M. R.; MERINO, G. S. A. D.; TRISKA, R. Gestão de design e patrimônio histórico cultural: uma análise baseada nos princípios do design inclusivo em um Mercado Público. **Design & Tecnologia** v. 8, n. 16, p. 109-122, 30 dez. 2018. Disponível em: Gestão de design e patrimônio histórico cultural: uma análise baseada nos princípios do design inclusivo em um Mercado Público Acesso em:. 05 de mar. 2019.

REIS. A. V. dos. **Como fazer uma Revisão Sistemática & Análise Bibliométrica (versão resumida).** [20--?] s/d. Disponível em: [https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1118455/mod\\_resource/content/1/Como%20fazer%20revisao%20sistem%C3%A1tica%20e%20analise%20bibliometrica.pdf](https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1118455/mod_resource/content/1/Como%20fazer%20revisao%20sistem%C3%A1tica%20e%20analise%20bibliometrica.pdf). Acesso em:. 02 de ago. 2019.

SACRAMENTO, A.C.; SILVA, R.S. A Gastronomia nos mercados públicos do Recife. Instrumento de valorização da identidade cultural. Recife - PE. **Revista Senac. p.1-6.** 2009. Disponível em: [http://www.faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/III/anais/poster/001\\_2009\\_ap\\_poster.pdf](http://www.faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/III/anais/poster/001_2009_ap_poster.pdf) Acesso em:. 05 de ago. 2019.

SASSAKI, Romeu kazumi. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (reação)**, São Paulo, ano XII, mar./abr. 2009, p.10-16. Disponível em: [https://acessibilidade.ufg.br/up/211/o/SASSAKI\\_-\\_Acessibilidade.pdf?1473203319](https://acessibilidade.ufg.br/up/211/o/SASSAKI_-_Acessibilidade.pdf?1473203319). Acesso em:. 12 de ago. 2019.

SEBRAE. **Acessibilidade nas empresas de alimentação.** Cartilha do SEBRAE, Recife, 2015, p. 45. Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/cartilha\\_acessibilidade\\_alimenta%C3%A7%C3%A3o.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/cartilha_acessibilidade_alimenta%C3%A7%C3%A3o.pdf). Acesso em:. 15 de ago. 2019.

XAVIER, Ana Estela Vaz. A Revitalização do Mercado Público de Pelotas e sua Resignificação Social. **Relacult**, [s.l.], v. 2, n. 4, p.72-89, dez. 2016. Disponível em: A Revitalização do Mercado Público de Pelotas e sua Resignificação Social. Acesso em:. 05 de set. 2019.

WALKOWSKI, M. da C.; Ramo, B. V. de C; Motta, M. A. C. da. Relatório do Estudo da Oferta Turística da Guarda do Embaú - Palhoça, SC: **Faculdade Municipal de Palhoça. (FMP)**, 2017. Disponível em:  
<http://fmpsc.edu.br/wp-content/uploads/2016/12/Estudo-do-Potencial-Guarda.pdf>. Acesso em:. 30 set. 2019.

## APÊNDICE A

**Quadro 2** - Barreiras de acessibilidade identificadas e as recomendações propostas pela literatura das publicações.

N° dos artigos	Barreiras de Acessibilidades identificadas	Recomendações para a quebra das Barreiras de Acessibilidades
1	Ausência de piso tátil, objetos no corredor prejudicando a mobilidade (arquitetônica), ausência de uso de recursos informativos impressos ou digitais de como funciona o mercado, inclusive nos restaurantes e bares. Atendimento todo verbal e afeta o consumo por parte dos frequentadores por conta dos ruídos do mercado. (Comunicacional, metodológica e atitudinal)	Piso tátil guia e de atenção em todos os locais do mercado; uso de recursos informativos impressos ou digitais de como funciona o mercado; uso de recursos tecnológicos para melhorar o atendimento, cardápios e melhorar o atendimento ao cliente.
2	Não cita quais são as barreiras de acessibilidade	Não faz recomendações. Apenas descreve que em Itajaí tem acesso por 3 saídas da BR 101 com acessibilidade.
3	o artigo não cita sobre a acessibilidade, subentende-se que não foi um dos objetivos por parte da prefeitura durante a requalificação	Não faz recomendações.
4	Falta de piso tátil nas calçadas, falta de acessibilidade dentro e fora das lojas, inacessível para PcD (cadeirantes, cegos, surdos)	Adaptações dentro e fora das lojas de acordo com as leis e normas regulamentadoras referente a acessibilidade. Levar informações ao público consumidor sobre o mercado turístico, para auxiliar na localização e no deslocamento do público consumidor com placas indicativas, sinalização, estacionamento rotativo. Construção de rampas, corrimão, banheiros públicos adaptados e piso tátil não só dentro mercado e sim no entorno.
5	falta de sinalização como o principal problema referente ao acesso ao mercado	o mercado precisa de melhorias na sua estrutura, para incluir a acessibilidade. E melhorar o atendimento ao cliente com PcD.
6	Não cita, só faz recomendações.	o mercado passou por requalificação urbana, para incluir a acessibilidade arquitetônica. A autora, não especifica quais foram a alterações de acessibilidade realizadas.

7	não cita, só faz recomendações.	A central de informação: o balcão que já é rebaixado, tenha uma entrada frontal para pessoa usuária de cadeira de rodas possa se aproximar, no auto-atendimento tenha um telefone que transmite msg de texto (ttt) melhorar o atendimento ao cliente, piso tátil guia de contraste e auto relevo para pessoas com deficiência visual e cegal. O banheiro acessível seja mantido limpo, livre para circulação e sem cadeado com camera de vigilancia. para o estacionamento uso de multa solidária com a intenção socioeducativa sobre a importância da acessibilidade na inclusão social, sem criar atrito. os profissionais sejam capacitados.
8	não cita	Não faz recomendações.
9	não cita quais são as barreiras, apenas que a acessibilidade é incipiente, contribuem para os conflitos sociais.	propõem o design inclusivo para garantir a acessibilidade, como sugere a associação internacional de projetos para espaços públicos (Project for Public Space - PPS) apresenta uma relação gradual para compreender as características necessárias como: 1) sociabilidade, 2) usos e atividades, 3) acessos e ligações, 4) conforto e segurança.
10	Dificuldades de colocar em prática a acessibilidade, por conta da complexidade envolvidas nas patologias das PcD, de origem e limitações diversas. (sensorial, cognitiva e motora) além das pessoas com mobilidade reduzida. Como as barreiras arquitetônicas para PcD motora e PMR: Falta de banheiros adaptados; falta de banheiros adaptados no andar térreo; falta de rampas; rampas executadas com a inclinação incorreta; falta de espaço para movimentar a cadeira (entre as mesas, na hora de se servir); mesas com altura incorreta; balcões de self service	O websites destes estabelecimentos tenha o conceito de acessibilidade. o cardápio, a ambientação, (os bens intangíveis da refeição) e o atendimento por profissionais capacitados, que sejam proativos em auxiliar todos os clientes tanto na comunicação (indicar onde estão os talheres, onde está a comida no prato, se dirigir a PcD e não ao acompanhante), Intérprete em LIBRAS, assim como na retirada de objetos no caminho de circulação. De acordo com a NBR 9050:2004 recomenda que os restaurantes, refeitórios e bares devem dispor de pelo menos 5% do total de mesas, com o

	<p>com altura incorreta. A barreira comunicacional para PcD visual e auditiva: Falta de cardápios em braille; cardápios em braille com informações incompletas (ausência de preços, por exemplo); falta de sinalização tátil no chão (principalmente para informar obstáculos, escadas, etc,...); falta de sinalização tátil indicando a entrada do estabelecimento; falta de espaço para locomoção entre as mesas. Falta de intérpretes em Libras (Linguagem Brasileira de Sinais); falta de indicação dos itens nos buffets; cardápios com pratos e bebidas com nomes estrangeiros ou “fantasia” (que demandam explicação por parte dos garçons).</p>	<p>número mínimo de 1 (uma), acessíveis a pessoas com cadeira de rodas. Recomenda-se, além disso, que pelo menos outros 10% sejam adaptáveis para acessibilidade, Usar o Símbolo Internacional de Acesso no estacionamento, além de colocar em prática as demais obrigatoriedade da NBR 9050. aplicativos destinados a deficientes visuais, em áudio descritivo com as informações importantes do serviço, auxiliando o consumo local.</p>
11	<p>Não são todas as entradas possuem piso tátil e rampa em perfeito estado, que auxilia o acesso do estacionamento ao mercado, apenas nas entradas laterais têm essa continuidade. Degrau do restaurante para se chegar até as mesas ou mesmo ao balcão, prejudicando o usuário de cadeira de rodas. Falta de placas de sinalização e informações suficiente no mercado, pois essas placas que indicam por exemplo, quais são os sanitários não informam se são os sanitários adaptados ou não.</p>	<p>Piso sem degraus, placas de sinalização em braille e o piso tátil e informativos em todo mercado.</p>
12	<p>Falta de cardápio em braille, mercado inacessível aos usuários de cadeira de rodas e as PMR.</p>	<p>Em Porto Alegre não tem a obrigatoriedade do cardápio em braille, embora a Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social (Seacis) disponibiliza gratuitamente cardápios em braille mediante solicitação do estabelecimento. Treinamento da equipe de salão e os gestores sobre as dimensões de acessibilidade e no atendimento universal e não especial ao cliente com deficiência.</p>
13	<p>Não cita</p>	<p>Não faz recomendações.</p>

## APÊNDICE B

Roteiro de observação para identificar quais são as barreiras de acessibilidade no mercado público da encruzilhada.

ACESSIBILIDADE	SIM	NÃO	OBS
<b>Barreiras Físicas (Dimensão Arquitetônica) ABNT NBR:9050</b>			
Fachada (calçada, pista): O piso é antiderrapante e contínuo, com superfície regular, firme e estável para não provocar trepidações?			
Tem obstáculos no caminho do pedestre?			
A largura <b>mínima de 1,20</b> que permite uma pessoa em cadeira de rodas ao lado de outro em pé?			
Rampas com <b>altura 8 cm de inclinação de 8 m ?</b>			
Estacionamento ( <b>espaço com zebra</b> ) de <b>1,20 cm</b> : Tem vagas reservadas para pessoas com deficiência, idosos ou mobilidade reduzida?			
As vagas estão bem sinalizadas e com o caminho até a calçada provido de rampas e sem obstáculos?			
Largura da porta: Há rampa para cobrir o desnível entre os pisos interno e externo?			
Largura da porta: Há rampa para cobrir o desnível entre os pisos interno e externo? A porta permite a entrada de um cadeirante? ( <b>largura mínima de 80cm</b> ) (observar também se há espaço para manobra)			
Ambiente de circulação do salão, ( <b>1,20 cm</b> ) espaço e nível do piso ( <b>desnível acima de 15 cm é considerado degrau e deve ser sinalizado, ideal de 3 a 5 cm</b> ); A circulação entre as mesas permite a passagem de um cadeirante?			
O piso é antiderrapante?			
É possível acesso a qualquer mesa do restaurante por meio de cadeira de rodas?			
Balcão do Buffet (acesso ao) <b>altura entre 0,75 m e 0,85 m do piso e entrada de 30 cm</b>			
As mesas são adequadas à adaptação de uma cadeira de rodas? ( <b>precisa ter uma altura inferior livre mínima de 73cm, e 30 cm de profundidade para entrar a cadeira. Obs: Não podem ter nada nas laterais que impeça a cadeira de entrar</b> )			
Se tiver sozinho, como você analisa as possibilidades de acesso ao mesmo?			

Idem para bar e outras possibilidades de acento que vocês analisarem.			
Banheiros acessíveis: Os wcs tem dimensões <b>mínimas de 1.70x1.50?</b>			
Dispõem de itens de segurança para apoio, presos nas paredes?			
O lavatório de mãos tem acesso livre em baixo?			
Os acessórios como saboneteira, papel toalha, e porta papel higiênico estão a uma <b>altura máxima de 1.20 do piso?</b>			
Está sinalizado com o símbolo de acessibilidade na entrada?			
Piso tem sinalização Tátil (deficiente visual) <b>Direcional</b> : Traços Alerta: <b>Bolinhas?</b>			
Caso a resposta para a pergunta anterior for positiva, a faixa de sinalização tátil de alerta tem textura e cor diferenciada do piso da rampa com largura entre 25 e 50 cm?			
Uma pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida tem possibilidade de acessar todas as áreas para clientes? (primeiro andar, área de crianças, etc.)			
Você acha que há uma política pública no restaurante de acessibilidade?			
<b>Barreiras comunicacionais Lei Nº 13.146, DE 6 DE JULHO DE 2015; SASSAKI, 2009; ABNT NBR 15599, 2008.</b>			
Profissionais intérprete em LIBRAS			
Profissionais com respeito e criatividade no atendimento			
Primeira impressão			
Possuem site/página em mídia sociais? se sim, há política de acessibilidade?			
<b>Cardápio: ABNT NBR:9050 / Lei Estadual PE - 13.401, de 4 de março de 2008 (Cardápio em Braille)</b>			
Têm Braille; se sim, quantos? como é a impressão?			
Fontes adequadas? qual é a fonte e o tamanho mais adequado? (Recomendação: fonte Times New Roman tamanho 28) <i>*Projeto de Lei nº 1550, de 2019</i>			
Têm ilustrações com os itens que compõem os pratos			
Têm os preços da comida e bebida?			
Recursos tecnológicos: cardápio autodescritivo, audiodescritivo, QR code;			

<b>Barreiras Atitudinais Lei Nº 13.146, DE 6 DE JULHO DE 2015; SASSAKI, 2009.</b>			
Mal atendimento devido a deficiência;			
Termos pejorativos;			
Dificuldade de ser entendido por falta de capacitação profissional;			
Má vontade em atender;			
Atendimento negado por causa da deficiência;			
Tratado como incapaz devido a deficiência;			

## APÊNDICE C

Entrevista aos gestores e ou colaboradores dos restaurantes e bares localizados no Mercado da Encruzilhada.

1. O que você entende por acessibilidade?
2. Você costuma atender pessoas com deficiência motora no seu estabelecimento?  
ex. de pcd motora (usuário de cadeira de rodas, amputado) ou mobilidade reduzida (idosos, pessoas com fratura, adulto com criança de colo).

Não ( )

Sim ( )

Se a resposta for positiva: Como costuma ser o atendimento? Costuma ter alguma dificuldade? Quais?

3. Você costuma atender pessoas com deficiência auditiva no seu estabelecimento?  
(Ex. pessoas com dificuldade em escutar ou que não escuta)

Não ( )

Sim ( )

Se a resposta for positiva: Como costuma ser o atendimento? Costuma ter alguma dificuldade? Quais?

4. O estabelecimento possui algum profissional intérprete em LIBRAS para atender aos clientes com deficiência auditiva ?
5. O estabelecimento já teve algum treinamento sobre a prestação de serviços em relação ao atendimento ao cliente ?

Não ( )

Sim ( ), foi abordado como seria o atendimento aos clientes com deficiência?

6. Você costuma atender pessoas com deficiência visual no seu estabelecimento?  
(Ex.pessoas que tenham dificuldade em enxergar ou não enxergam)

Não ( )

Sim ( )

Se a resposta for positiva: Como costuma ser o atendimento? Costuma ter alguma dificuldade? Quais?

7. O estabelecimento possui cardápio acessível? (Cardápio em Braille, audiodescritivo)

Não ( ). Por que não tem?

Sim ( )

8. O estabelecimento possui perfil em redes sociais? (ex.*instagram*, *facebook*) Este perfil é acessível?

## APÊNDICE D

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) para participar da pesquisa de campo referente ao Estágio Supervisionado Obrigatório (ESO) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, do Curso de Bacharelado em Gastronomia, intitulado(a): *Acessibilidade no Mercado Público: Mercado da Encruzilhada*, cidade do Recife desenvolvida(o) pela aluna Lais Celeste Vasconcelos. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é supervisionada e orientada por Prof<sup>a</sup> Maria Iraê de Souza Corrêa, a quem poderei contatar a qualquer momento que julgar necessário através do contato da aluna pelo n° telefone n° 081-99725 9025 e ou email [laisceu@gmail.com](mailto:laisceu@gmail.com).

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é *Quais são as barreiras de acessibilidade dos estabelecimentos gastronômicos dentro dos Mercados Públicos do Recife?*

Fui também esclarecido(a) que os usos das informações por mim oferecidas estão submetidos às normas éticas destinadas à pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista semi-estruturada.

O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo(a) pesquisador(a) e/ou seu(s) orientador(es) / coordenador(es). Fui ainda informado(a) de que posso me retirar desse(a) estudo / pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo para meu acompanhamento ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Recife, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

Assinatura do(a) participante

---