

Comunidade Surda e o Turismo de Responsabilidade Social:
Um Olhar sobre as Diferenças¹

Wolney Gomes Almeida²

Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus-Bahia.

Resumo

Os discursos institucionais sobre Surdez, seja no âmbito clínico, pedagógico, sociocultural, vêm passando por processos de significações e re-significações. São conhecimentos que também passam pelos processos de construção – desconstrução – e reconstrução. Esses resultados de significações vão se formando na dinâmica social e refletindo nas práticas sociais. Nesta perspectiva se estabelece um novo olhar das práticas da Indústria Turística não mais sobre os aspectos econômicos, mas sim pelos sócio-culturais, sobretudo de grupos minoritários como os Surdos, verificando a responsabilidade social do Turismo mediante as necessidades globais e locais, e, sobretudo enxergando as diversidades e a alteridade.

Palavras-chave

Turismo; Surdos; Inclusão.

1- Introdução

Estima-se que haja no Brasil cerca de 2,5 milhões de pessoas portadoras de Surdez. Apenas na cidade de Itabuna – Ba calcula-se uma média de três mil surdos. E como estas pessoas, que não ouvem, têm cumprido seu papel social, exercendo seus direitos e deveres de cidadãos? Como têm sido assistidas diante de suas necessidades físicas, emocionais, intelectuais e culturais? Como têm sido participantes (inclusos/exclusos) das suas manifestações identitárias dentro de uma sociedade onde são teoricamente livres, porém, aprisionados por limitações e emoldurados pelas desigualdades de um país que não tem enxergado as diferenças?

¹ Trabalho apresentado ao GT “Turismo Social” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

² Bacharel em Comunicação Social, mestrando em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. E-mail: wolney_22@yahoo.com.br. Orientador: Prof. Dr. Paulo César Pontes Fraga.

A prática do Turismo, ao longo de sua história, vem se desenvolvendo de maneira que a população é atingida com eficácia pelos interesses econômicos e mercadológicos, transformando-se cada vez mais numa verdadeira Indústria Turística.

É sabido que o turismo tem alcançado diferentes classes sociais na atualidade, tornando do turismo um fenômeno de massas. A partir de então, passou a ser um direito da humanidade reconhecido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem, transformando-se em uma necessidade social.

Contudo, essa liberdade de ir e vir, de viajar, de mudar de residências, muitas vezes não atinge à todas as camadas da sociedade, na medida em que apenas uma parcela da população mundial tem efetivo acesso às viagens e ao turismo em geral, principalmente por razões econômicas, culturais e sociais. Porém, é notável o crescimento da atividade turística e suas tentativas de democratização, possibilitando que camadas sociais (classe média e baixa, negros, idosos, gays, etc.) sejam participantes, correspondente às suas condições, desse turismo de massas.

Aliados a esta realidade estão os Meios de Comunicação, que têm entrado nos lares e participado da vida cotidiana, seja pelos meios impressos, quanto nos áudio-visuais e eletrônicos, despertando na população o desejo de consumir o turismo.

E, justamente neste aspecto que o presente trabalho observa e qualifica a atividade do meio de comunicação televisivo enquanto difusor das atividades turísticas para a população Surda, que possui uma Identidade Cultural específica legitimando sua alteridade, sua *diferença*.

Desta forma, é notória uma observação e análise da responsabilidade social do Turismo, considerando não apenas sobre a óptica econômica e mercadológica da atividade, mas sim com a visão do cidadão (e dentro desta cidadania inclui-se a Comunidade Surda) enquanto sujeito consumidor. Observando, portanto, que a idéia de “sujeito” antecede à de “consumidor”.

A importância de se pesquisar este aspecto da Cultura e do Turismo para os Surdos se dá pelo fato de haver um escasso material científico nesse âmbito de pesquisa. Nos últimos trinta anos, aproximadamente, muitas questões em relação à surdez estão sendo contempladas através de estudos e novos conceitos. Discussões em torno de metodologia de ensino, escola inclusiva, currículos escolares, entre outras, têm possibilitado novos olhares sobre a educação de surdos. No âmbito de Comunicação e do Turismo, os referenciais são raros, ou melhor dizendo, se apresentam como um

processo embrionário, tanto no que se refere ao campo de pesquisas empíricas, como também nas ações direcionadas à sociedade.

2- Surdez: uma questão de diferença e identidade cultural.

Dentre as várias transformações e questionamentos que a sociedade tem experimentado, mediante as discussões contemporâneas e tendo a globalização como “pano de fundo”, a Identidade Cultural e a Diferença se apresentam em destaque diante das afirmações e reconstruções que a sociedade vem sofrendo.

Com base nas análises de Stuart Hall (2000) referendado pelos Estudos Culturais, pode-se definir a identidade segundo uma relação de positividade, em que “aquilo que sou” identifica as propriedades deste “eu” de que se fala, mas que também identifica “aquilo que não sou”, legitimando a diferença, a diversidade, a alteridade. Sendo assim, a identidade e a diferença estabelecem uma relação de dependência. Uma ou a outra não se esgota em si mesma. Quando alguém afirma “eu sou brasileiro”, faz-se definido o conhecimento de que este alguém não é argentino, chinês ou peruano. O mesmo quanto ao negro, que se afirma como não sendo branco ou índio. Assim, quando alguém afirma “ser ouvinte”, nota-se a presença de um ser que não ouve. Para Hall (1999), as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto através de sistemas simbólicos de representação quanto por formas de exclusão social.

“A identidade está vinculada também a condições sociais e materiais. Se um grupo é simbolicamente marcado como o inimigo ou como tabu, isso terá efeitos sociais reais porque o grupo será socialmente excluído e terá desvantagens materiais.” (HALL, 2000:14).

É com base nesta perspectiva cultural de identidade e diferença que, para Nídia Sá (1999), os Surdos são identificados e reconhecidos, uma vez que a sociedade (ouvinte) possui repertórios interpretativos construídos durante um longo tempo, instituindo “poderes” que não atendem aos interesses dos Surdos. A autora observa que

a sociedade enxerga a surdez como uma deficiência que deve ser abolida, tratada através dos “consertos” neurocirúrgicos prometidos pela medicina, seja na engenharia genética ou pela prevenção a doenças. A surdez, nesta óptica, é vista como um mal contagioso, como resultado da pobreza e das más condições sanitárias, da falta de cuidados médicos, ou muitas vezes, vista como um castigo e punição.

Desta forma, para a autora, os grupos de surdos têm sido excluídos e estigmatizados. Segundo Sá (2002), os surdos tornam-se desvalorizados, seja no seu universo cultural, seja nas estratégias de sobrevivência, ou ainda sobre seus valores e características de seu comportamento.

“Suas formas de agir, de pensar, de comunicar, de sentir, de dizer, têm sido negadas ao longo da história. Impôs-se a eles um modelo que jamais poderiam alcançar: *o padrão de ter que ser o que não são*” (SÁ, 2002: 355).

Vê-se assim, o menosprezo ao saber e à cultura dos surdos. Vê-se o não entendimento da surdez como uma diferença legítima. Diferença esta que Sá (2002) localiza não apenas no corpo, no ouvido, na audição, no cérebro, na patologia, mas sim, deve ser entendida como uma diferença política e cultural. E essa legitimação política dos surdos enquanto identidade cultural se evidencia numa produção de ordem e deliberação da força identitária, que segundo Sodré

“a essência do político está no poder de decisão entre “nós” e o “outro”, entre o que significa “amigo” e “inimigo”. A política abrange a esfera das decisões sobre o que é compatível com nossa forma de existência e com a reprodução de nós mesmos enquanto grupo autônomo, dotado de identidade própria.” (1994:114)

Os Estudos Culturais estão centrados numa análise da cultura como forma global de vida ou como experiência vivida de um grupo social. Sá (2000:83) identifica a produção de significados e situa a cultura num campo de jogo de poderes. Para ela, a cultura é um campo de produção de significados nos quais diferentes grupos sociais,

situados em posições diferenciais de poder, lutam pela imposição de seus significados à sociedade mais ampla.

Sendo assim, o que constitui a sociedade são os fenômenos culturais heterogêneos. E é sobre esta análise que os Estudos Culturais identificam a cultura como conflitiva e a diferença como fruto da luta por poderes e significados. Assim o é quando se fala em Cultura Surda, pois, tendo em vista os Estudos Culturais, a cultura dos surdos é visualizada como uma das formas globais de vida ou como uma das formas globais de luta.

“A cultura surda é como uma subcultura, e há práticas de resistência que se dão através desta subcultura específica. Nesta perspectiva, a cultura dos surdos é entendida como um campo de luta entre diferentes grupos sociais, em torno da significação do que sejam a surdez e os surdos no contexto social global.” (SÀ, 2002: 84).

Para a autora, é com referência aos aspectos discursivos de poderes que cabe identificar os Surdos, que, enquanto pessoas impossibilitadas ao acesso natural à comunidade majoritária, formam uma *minoría* diferente, com específicas características lingüísticas, cognitivas, culturais, e comunitárias. Trata-se da identidade da Comunidade Surda.

Ligado à realidade dos Surdos, o que os conceitua e define enquanto *minoría* é explicado pelo próprio conceito trazido por O’Sullivan (2001:156) como “grupo associado à ausência de poder”. Assim, não se trata de um sentido de quantidade, de termos numéricos, embora seja possível associar quantidade com inferioridade e superioridade. O que se refere aqui abarca as questões de valores, convicções e percepções compartilhados por grupos minoritários. O autor acrescenta que “as minorias movem-se da aceitação à rejeição, apoiadas na realização de uma base de poder fraca e no ressentimento de tal desigualdade” (2001:156).

E são justamente as interpretações teóricas desta pesquisa que norteiam as relações de poderes existentes sobre a cultura Surda – minoritária – e as construções discursivas que definem e determinam como são as pessoas e como é a sociedade, já que não se pode entender as relações sociais fora dos entrelaces dos poderes e saberes sociais.

2.1 Os Surdos e a Língua de Sinais

É importante salientar que a Comunidade Surda, reconhecida como minoria e, acima de tudo, como um grupo social com cultura e identidade próprias, tem como principal fator de integração o uso de uma língua particular. Segundo Sá (2000:85) “o que é ‘evidência básica’ para pertencer à comunidade surda, é o uso da língua de sinais”. Para ela, a identidade de um indivíduo se constrói *na e através da* língua, pelo valor que ela tem como um instrumento de comunicação, de troca, de reflexão, de crítica, de posicionamento.

“Não há como negar que o uso da Língua de Sinais é um dos principais elementos aglutinantes das comunidades surdas, sendo assim, um dos elementos importantíssimos nos processos de desenvolvimento da identidade surda/de surdo e nos de identificação dos surdos entre si.” (SÁ, 2002:106)

É fato que a questão quantitativa inerente ao uso da língua de sinais faz com que os surdos sejam vistos, muitas vezes, como minoria lingüística. E o fator qualitativo também influi no que diz respeito às desvantagens sociais em que os surdos estão submetidos, por não falarem a língua majoritária – a língua oral. E diante desta díade, quantidade/qualidade, o que vale ressaltar é o pensamento e o reconhecimento da língua de sinais, não como pior ou melhor que as outras línguas, mas simplesmente como usual para os surdos. Nesta óptica, Sá defende a diferença da língua de sinais, atribuída pelo seu desenvolvimento entre os surdos como uma língua natural, complexa, abstrata, numa modalidade de recepção de produção distinta da que utilizam os ouvintes: a modalidade viso-gestual. E, segundo ela, “os estudos científicos realizados na área da lingüística já determinaram que a língua de sinais cumpre todas as funções de uma língua natural” (2000:107).

E ao se fazer referência a essa *língua natural*, Sá a define como:

“Uma língua que foi criada e é utilizada por uma comunidade específica de usuários, que é transmitida de geração em geração, e que muda – tanto estrutural como funcionalmente – com o passar do tempo. Ora, qualquer língua pode ser considerada como tal, independente da modalidade que utiliza” (2000:108).

Se esta língua, natural dos Surdos, já é reconhecida pelos estudos científicos no campo da lingüística, o reconhecimento legal é outro fator que a faz ainda mais legitimada e, por isso, apta para ser reconhecida por todos os componentes sociais, inclusive pelos meios de comunicação.

O decreto desta lei reconhece como meio legal de comunicação e expressão a Língua Brasileira de Sinais para transmissão de idéias e fatos oriundos da Comunidade Surda do Brasil. A estes deve ser garantido pelo poder público, o apoio e difusão da Libras como meio de comunicação. Com base nisto que se pretende visualizar o tratamento dado pelo meio de comunicação televisivo, meio difusor de idéias, fatos e realidades, para esta parcela da população que possui e precisa de uma língua própria para poder efetivar a comunicação.

Diante destes reconhecimentos, é importante salientar e entender que o acesso e o uso da língua de sinais garantem aos surdos, de modo satisfatório, o funcionamento simbólico-cognitivo. Também se torna importante por colaborar no processo de construção de sua identidade em todos os aspectos: lingüísticos, cognitivo e social. E principalmente porque os surdos têm na *visão* o canal de comunicação e aprendizagem.

“Uma distinção importante que Saussure faz é a que separa língua e fala. Para ele, a língua é um sistema abstrato, um fato social geral, virtual; a fala, ao contrário, é a realização concreta da língua pelo sujeito falante, sendo crucial e variável” (ORLANDI, 1992: 24).

Assim, a importância da linguagem e da língua, deve estar no reconhecimento e na legitimidade de quem a possui e da qual é usuário.

Ter um olhar sobre as diferenças significa para Sá (2000), a criação das condições para que todas as pessoas participem da criação e recriação de significados e valores.

Cabe o questionamento se os meios de comunicação, em destaque a televisão, referentes à propaganda turística, têm olhado para as diferenças. É a partir desse olhar que poderá ser oportunizado aos Surdos a criação e recriação de seus valores, do auto-reconhecimento enquanto possuidores de uma cultura e de uma identidade, e, sobretudo, serem considerados em suas condições lingüístico-cognitiva e social.

3- Por um Turismo de Responsabilidade Social para os Surdos.

Numa análise econômica, em tempos pouco mais remotos, os conceitos de turismo eram apresentados pelos especialistas como simplesmente as viagens para regiões distantes, sendo essa distancia pré-estabelecida, ou ainda quando relacionadas ao tempo em que este sujeito turista permanecia no local visitado sem estabelecer relações remuneradas durante tal viagem. Contudo, esses conceitos, na realidade desta sociedade atual já não apresentam um caráter pertinente. Caberia situa-los como uma ciência, a arte e a atividade de atrair, transportar e alojar visitantes, a fim de satisfazer suas necessidades e seus desejos. Todavia, incabível seria limitar o turismo em um conceito fechado e já determinado e absoluto.

Certamente, é observável na atividade turística o seu caráter socioeconômico, em que há geração de bens e serviços com intuito para a satisfação humana. Todavia, as bases de um Turismo com responsabilidade social devem ser plantadas através de uma necessária compreensão da atividade como um fenômeno não apenas econômico, mas também social, cultural, comunicacional e subjetivo.

Para o turismo nesta Era da Informação e da globalização, as esferas econômicas, tecnológicas e das representações só podem ser compreendidas em conjunto. Quando vista isoladamente, a visão econômica oculta os laços entre a indústria do turismo e a pessoa do turismo e a cultura deste. O novo modelo da atividade vê o turista como uma pessoa que participa, e na participação intervêm a imaginação e a cultura, o prazer e a inteligência. Passa-se então o deslocamento do campo quantitativo para o qualitativo com a representação simbólica considerando-se que não há turismo fora do âmbito sócio-cultural.

O conceito de *Responsabilidade Social* é trazido por Gino Filho como suporte para a efetivação de um turismo com qualidade, em que os fatores societais e de

atendimento são imprescindíveis para que as necessidades dos clientes sejam atendidas. E, para isto, não basta oferecer o mínimo, mas também o melhor de acordo com as expectativas, e desejos de cada um. Assim, para o autor, Responsabilidade Social é:

“(...) o conjunto de atribuições que a sociedade estipula para as instituições. A sociedade espera que a organização, por exemplo, cumpra as leis, respeite o meio ambiente, preserve os direitos de minorias, atenda princípios éticos.” (FILHO, 2000:64)

Este seria o elemento focal para questionamento proposto neste artigo, sobretudo no que diz respeito à preservação dos direitos das minorias, diga-se, dos Surdos, diante de suas necessidades, desejos, e interesses de consumo dos produtos turísticos, a que tenham atendidas as satisfações desejadas de modo eficaz e eficiente mediante sua cultura e sua identidade.

É pertinente recorrer a Canclini quando afirma que "cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido". Assim como Hall situa a identidade cultural numa relação de positividade e são fabricadas por meio da marcação da diferença, tanto dos meios simbólicos de representação como formas de exclusão social.

O Turismo por muito foi visto pretensiosamente como uma atividade homogeneizadora de poderes econômicos e posições sociais. Contudo, segundo Hall (1999), a pós-modernidade levou a crise de modelos universais aplicados a toda humanidade e, por este motivo, as singularidades ou diferenças passam a ganhar um destaque especial.

Canclini observa que a transnacionalização da cultura efetuada pelas tecnologias comunicacionais, seu alcance e eficácia, são mais bem apreciados como parte da recomposição das culturas urbanas, ao lado das migrações e do turismo de massa que enfraquecem as fronteiras nacionais e redefinem os conceitos de nação, povo e identidade.

A globalização em meio a tantas conceituações, conceitua-se para o turismo como um aparato da tecnologia da comunicação que envolve as atividades econômicas do mundo industrializado e que propicia uma nova interação simbólica das pessoas. Uma mediação entre o global e o local gerando uma representação sobre lugares e

povos. A partir daí, o turista desta era globalizada se diferencia por sua visão ecumênica do mundo, como um universo de perspectivas compartilhadas. A este respeito que o turismo atual de estabelece numa visão cultural, uma vez que, para Canclini “a cultura, objeto do turismo, é um grupo vivo de pessoas, não simples objeto de museu e folclore”.

Gino Filho observa que é possível considerarmos os produtos e serviços turísticos como representantes das identidades de pessoas uma vez que são as necessidades humanas a serviço de um cidadão. Da mesma maneira como Pellegrini acrescenta à idéia de ecologia humana, uma vez que falta a compreensão básica de que a ecologia constitui um ângulo de 360 graus, abrangendo não apenas o superficial de plantas, animais, poluição, o lixo que pode ser reciclado, os ruídos urbanos que contribuem para as tensões no trabalhador, não apenas a necessidade de ampliar redes de abastecimento de água e de coleta de esgoto, mas também o tratamento adequado desse esgoto, abrangendo ainda o direito humano a dispor de moradia decente porque isso está ligado à qualidade de vida – um dos objetivos finais da ecologia humana – o direito de minorias populacionais poderem manter sua cultura, e assim por diante.

Desta forma, como estaria a responsabilidade social do Turismo mediante a identidade dos Surdos, à sua cultura e suas representações, já que possuem uma realidade social distinta, porém as mesmas necessidades sociais que qualquer um cidadão?

Considerações Finais

Muitas questões referentes ao turismo, geralmente, atravessam preocupações meramente mercadológicas, evidenciando-se o fenômeno econômico em detrimento dos aspectos sociais, fortalecendo a idéia de que o sujeito do turismo restringe-se ao homem do consumo e do mundo capitalista. Todavia, o fator cultural e social tem se colocado dentre essas questões para mostrar que a sociedade em meio a suas diversidades resultantes das próprias ações majoritárias, possui de fato necessidades a serem satisfeitas, porém, necessidades estas diversificadas, realidades distintas e representações sociais e culturais plurais.

As comunidades de pessoas com Surdez muitas vezes se encontram alheias às realidades da atividade turística, por não serem atendidos de acordo com suas

necessidades especiais e não terem efetivados seus direitos à informação, a inclusão social, e conseqüentemente, à prática do turismo.

Necessário se faz identificar sob uma base epistemológica na definição da Surdez, o reconhecimento da questão da diferença política e cultural que apresenta a Comunidade Surda; reconhecer a luta entre modelos e representações sociais sobre a surdez e sobre os Surdos que muitas vezes não são vislumbrados, mas que certamente são sujeitos a ressignificações e também a transformações sociais. Esta base sustenta, portanto, outra visão (que não a visão dos ouvintes) sobre pontos de vista lingüístico, legislativo, educativo, cognitivo e social dos próprios Surdos, e sobre a importância de serem confrontados com os interesses políticos, filosóficos, econômicos dominantes. Assim, tratar de questões que não são meramente de uma visão médico-terapeuta sobre a surdez e os Surdos, resultam no reconhecimento político e cultural da surdez enquanto diferença.

Em ressonância a estas questões, está a problemática da pesquisa no que se refere à responsabilidade social do Turismo, sendo que este não seria o único responsável pela inclusão social, mas como “parte” desse “todo” que é a prestação de serviços à sociedade e a participação ao Turismo como um direito social legitimado e garantido à população. Desta forma as bases do *Turismo de Inclusão e de Qualidade* são tratadas para sustentar os novos olhares contemporâneos sobre a atividade turística para o desenvolvimento local e global.

Êxito econômico e compromisso social precisam conviver lado a lado, com o objetivo para a uma melhor qualidade de vida do ser humano e das sociedades. O turismo possibilita a integração, uma relação compartilhada cujos serviços devem propiciar muito mais do que simples realização de tarefas: são realizações pessoais e bem-estar público na medida em que o profissional de turismo se assume como agente social.

Conceber um Turismo com Responsabilidade Social seria alinhar o sujeito, a economia, a igualdade social e a preservação do homem e do ambiente, numa perspectiva igualitária de valores, para que as camadas sociais de igual modo sejam participantes de uma atividade que não apenas gere lucro, mas que propicie prazer e satisfaça suas necessidades humanas.

Referências bibliográficas

BARROS, Aidil de Jesus Paes de. *Projeto de pesquisa: propostas metodológicas*. Petrópolis. RJ: Vozes, 2004.

BERNARDINO, Elidéia Lúcia. *Absurdo ou lógica? Os surdos e sua produção lingüística*. Belo Horizonte: Profetizando Vida, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre televisão: a influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo. Edusp: 2000.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes T. (org.) *O turismo de inclusão e o Desenvolvimento Local*. Fortaleza: FUNECE, 2003.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 10^a ed, 2005.

LAGE. Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (org.). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.

NIELSEN, Christian. *Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto, 2002.

PELLEGRINI FILHO, Américo. *Ecologia, Cultura e Turismo*. 2 ed. Campinas: Papirus. 1997.

SÁ, Nídia Regina Limeira de. *Cultura, poder e educação e surdos*. Manaus: EDUA, Comped, INEP, 2002.

SAWAIA, Bader (org.). *As artimanhas da exclusão*. Análise psicossocial e ética da desigualdade social. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

SERRANO, Célia, BRUHNS, Heloísa T., LUCHIARI, Maria Tereza D.P (orgs.) *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas, SP: Papirus, 2000 (série Turismo).

SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

SKLIAR, Carlos. *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

TRIGO, Luis Gonzaga G. *Turismo*