Conteúdos Gerados pelos Usuários sobre Meios de Hospedagens em Natal/RN: A acessibilidade no discurso dos viajantes

Suellen Alice Lamas[1]
Luiz Mendes Filho[2]
André Riani Costa Perinotto[3]
Sérgio Marques Júnior[4]

Resumo
A partir dos anos 2000, com a criação de novas ferramentas tecnológicas, a comunicação social foi modificada. O turismo, seguindo a tendência, mudou para uma versão 2.0. Tal adoção deu voz aos turistas, uma vez que, a Internet transmudou-se de uma plataforma publicitária para uma plataforma participativa e interativa, representada por aplicativos, serviços e comunidades virtuais. Neste cenário, os conteúdos gerados pelos usuários (CGU) começaram a atuar como fonte adicional de informações e logo, a receber mais atenção por parte dos gestores turísticos devido à sua influência nas decisões de compra e percepções de qualidade dos viajantes. Estudos quantitativos sobre determinantes, motivação e adoção desses conteúdos são comuns, mas quais temas são abordados nos mesmos? Do que falam os viajantes? A acessibilidade em meios de hospedagem, em voga no cenário nacional, compõe o discurso dos usuários? Somente pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida se preocupam com essa questão ou ela é geral? A partir dessas indagações o presente artigo propôs verificar se (e como) o tema da acessibilidade em meios de hospedagem é retratado nos CGU do *TripAdvisor*, considerada a maior rede online de consumidores de viagens. Como recorte geográfico, definiu-se Natal, no Rio Grande do Norte, capital brasileira com relevante capacidade de hospedagem. Para tanto, valeu-se de uma pesquisa exploratório-descritiva com abordagem qualitativa. Com base no método netnográfico, foi realizada a seleção dos CGU que foram posteriormente categorizados e observados via Análise de Conteúdo. Os resultados demonstram que o discurso da acessibilidade e seus termos correlatos perpassam pelos conteúdos dos CGU e são expressos através de críticas, elogios, sugestões e descrições, por meio de uma linguagem informal, mas consciente de uma realidade. Tais informações contribuem para o avanço de reflexões sobre planejamento hoteleiro para além dos aspectos quantitativos de *rankings* e *feedbacks* de viagens desses conteúdos. É a percepção e o entendimentos de viajantes sobre conteúdos específicos, sobre o que pensam.

Palavras-chave: Conteúdos Gerados pelos Usuários; Meios de Hospedagem; *TripAdvisor*; Acessibilidade.

[1]Doutoranda em Turismo pela UFRN. Docente do curso de Gestão de Turismo do CEFET/RJ. Lattes: http://lattes.cnpq.br/6071263211226854. E-mail: suellen.lamas@cefet-rj.br
[2]Doutor em Administração pela AUT, Nova Zelândia. Docente do Departamento de Turismo da UFRN. Lattes: http://lattes.cnpq.br/7785924812425468. E-mail: luiz.mendesfilho@gmail.com
[3]Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. Docente Efetivo da UFPI. Lattes: http://lattes.cnpq.br/9146688925419493. E-mail: perinotto@ufpi.edu.br
[4] Doutor em Agronomia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Docente Titular da UFRN. Lattes: http://lattes.cnpq.br/3095760811566254. E-mail: sergio@ct.ufrn.br