



**ANDREIA SOFIA  
VERÍSSIMO SOARES**

**Turismo Acessível: O caso da oferta turística na  
cidade de Aveiro**



**Andreia Sofia  
Veríssimo Soares**

**Turismo Acessível: O caso da oferta turística na  
cidade de Aveiro**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Zélia Breda, professora auxiliar convidada do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho, em especial, ao meu filho Bernardo, aos meus pais António Soares e Emília Veríssimo, à minha irmã Inês, e a ti Octávio.

## **o júri**

presidente

**Prof. Doutora Elisabeth Kastenholz**  
professora associada, Universidade de Aveiro

**Prof. Doutor João José Lourenço Marques**  
professor auxiliar, Universidade de Aveiro

**Doutora Zélia Maria de Jesus Breda**  
professora auxiliar convidada, Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

O culminar de um trabalho de investigação necessita de bases de sustentação que vão para além daquilo que as ciências sociais têm para oferecer.

Quero assim prestar um especial agradecimento àqueles que em determinado momento do meu processo de desenvolvimento académico, mas, em especial, ao longo da presente investigação, contribuíram aos mais diversos níveis para o meu enriquecimento pessoal e científico.

O meu primeiro, e especial, obrigado vai para o meu filho Bernardo, que embora bebé, me tornou numa mulher com mais valores humanos. Este agradecimento alargar-se àquele que tem sido um companheiro, e lutador, para todos os momentos. Obrigado Octávio!

Gostaria de agradecer, em especial, aos meus pais por todo o esforço realizado no sentido de me proporcionarem a obtenção de um grau académico e pela transmissão de valores ao longo da vida, que têm sido extremamente importantes para mim enquanto ser humano.

Agradeço também à minha irmã que, em diversos momentos de dificuldade, mas também de alegrias, esteve sempre presente com um sorriso e uma palavra amiga e de conforto.

Não quero esquecer a minha melhor amiga Sandra pois, por todo o apoio que tem vindo a demonstrar desde que nos conhecemos, e pela força transmitida nos momentos mais precisos, demonstra ser um verdadeiro pilar na minha vida.

Um especial obrigado vai para a minha professora e orientadora Prof.<sup>a</sup> Doutora Zélia Breda, que com os seus conhecimentos sábios sempre me transmitiu linhas orientadoras na elaboração da presente investigação. Agradeço-lhe também pela compreensão demonstrada e pelo incentivo dado ao longo desta fase. Sem tudo isto não teria ultrapassado os momentos mais complicados que foram surgindo.

Por fim, agradeço a todos os professores da Universidade de Aveiro que contribuíram, direta e indiretamente, para o sucesso do meu percurso académico.

Um especial OBRIGADO a todos vocês.

**palavras-chave**

Turismo acessível, mobilidade reduzida, visitante com mobilidade reduzida, oferta turística, cidade de Aveiro.

**resumo**

A necessidade emergente em adaptar os destinos turísticos às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida é cada vez mais clara. Contudo, a consciencialização, por parte dos diferentes agentes da oferta turística, para com esta nova necessidade que anseia respostas eficazes e concretas, encontra-se ainda numa fase primária, e carece de estratégias e programas de desenvolvimento que vão ao encontro do segmento de mercado do turismo acessível.

A presente dissertação pretende assim analisar os diferentes níveis de acessibilidade no que diz respeito à oferta turística da cidade de Aveiro. É objetivo perceber quais as principais barreiras existentes, bem como se os responsáveis pela dinamização do destino em estudo já se encontram consciencializados para a necessidade de criar condições favoráveis à procura por parte deste tipo de mercado.

A metodologia aplicada para a recolha dos dados primários visou a administração de entrevistas a vários agentes com interesse significativo para o estudo, e a informação compilada foi analisada segundo o método de análise de conteúdo. A análise e discussão dos resultados é o ponto seguinte, culminando num conjunto de conclusões relativas aos conteúdos informativos recolhidos. Estas, pelas suas características implícitas, demonstram uma tênue existência de um ciclo vicioso no que à temática em estudo diz respeito. As entidades em estudo caracterizam-se ainda pela existência de um nível de acessibilidade bastante baixo que, em junção com outros fatores como a falta de conhecimento acerca do segmento de mercado em estudo, colocam o destino Aveiro ainda no primeiro degrau das fases evolutivas de um destino acessível – o da consciencialização.

**keywords**

Accessible tourism, reduced mobility, visitors with reduced mobility, tourism stakeholders, city of Aveiro.

**abstract**

The need to adapt emerging tourist destinations to the special needs of people with reduced mobility is increasingly clear. However, the awareness of various tourism stakeholders on this new need, which demands for concrete and effective responses, is still at an early stage, and lacks strategies and development programs to meet the needs of this market segment.

This dissertation, thus, analyzes the different levels of accessibility in the city of Aveiro. It aims to verify what the main barriers are, as well as identify whether the stakeholders responsible for the promotion of the destination are already aware of the need to create favorable conditions to accessible tourism.

The methodology used for the collection of primary data aimed at the administration of interviews to several stakeholders with significant interest to the study, and the information collected was analyzed using the method of content analysis. The analysis and discussion of the results is the next point, culminating in a set of conclusions on the information content collected. These, because of their characteristics implied, demonstrate a tenuous existence of a vicious cycle in which the thematic study concerns. Organizations studied are still characterized by the existence of a very low level of accessibility which, coupled with other factors such as lack of knowledge about the market segment under study, put the destination Aveiro still on the first step of the evolutionary phases of a accessible destination - the awareness.

# Índice

Lista de Quadros .....	iv
Lista de Figuras .....	v
Lista de Abreviaturas .....	vii
Capítulo 1 – Introdução .....	1
1.1 Introdução .....	1
1.2 Tema de investigação .....	2
1.3 Objetivos de investigação .....	3
1.3 Metodologia .....	4
1.4 Estrutura da dissertação .....	4
Capítulo 2 – Análise conceptual: Os conceitos de mobilidade, acessibilidade e incapacidade ...	9
2.1 Introdução .....	9
2.2 Conceito de mobilidade .....	10
2.3 Conceito de acessibilidade .....	16
2.3.1 Conceptualização de ‘Desenho Universal’ .....	21
2.4 Conceito de incapacidade .....	24
2.5 Conclusão .....	31
Capítulo 3 – O Turismo Acessível .....	33
3.1 Introdução .....	33
3.2 A evolução histórica do turismo acessível .....	34
3.3 Conceito de turismo acessível .....	40
3.4 Conceptualização de destino acessível .....	43
3.5 O papel do Estado .....	53
3.6 A procura turística: O caso específico do turismo acessível .....	57
3.6.1 O processo de tomada de decisão .....	59
3.6.2 Motivações à participação em turismo acessível .....	62
3.7 A oferta turística: O caso específico do turismo acessível .....	64
3.7.1 Barreiras à participação em turismo acessível .....	68
3.7.1.1 - Barreiras Intrínsecas .....	70

3.7.1.2 - Barreiras Económicas.....	70
3.7.1.3 - Barreiras Interativas.....	71
3.7.1.4 - Barreiras Ambientais .....	77
3.8    Boas práticas.....	86
3.8.1 <i>Accessible Portugal</i> .....	86
3.8.2 <i>Enable Holidays</i> .....	92
3.8.3 <i>Lousã, Destino de Turismo Acessível</i> .....	93
3.8.4 <i>VisitBritain</i> .....	96
3.9    Conclusão.....	98
Capítulo 4 – Metodologia .....	101
4.1    Introdução.....	101
4.2    Questões epistemológicas .....	102
4.3    O procedimento metodológico .....	103
4.4    O procedimento metodológico utilizado na investigação em curso.....	109
4.4.1    Formulação do problema de investigação .....	110
4.4.2    Revisão da Literatura .....	110
4.4.3    Estudo empírico.....	113
4.4.3.1 - Método de investigação .....	114
4.4.3.2 - Métodos de pesquisa.....	115
4.4.3.3 - Formulação das hipóteses.....	118
4.4.3.4 - Seleção da amostra .....	120
4.4.4    Recolha dos dados.....	123
4.4.5    Análise dos dados .....	126
4.5    Justificação do estudo.....	127
4.6    Conclusão.....	130
Capítulo 5 - Apresentação, análise e discussão dos dados recolhidos.....	131
5.1    Introdução.....	131
5.2    Apresentação, análise e discussão dos dados .....	131
5.2.1    Os dados transversais a todas as entidades entrevistadas .....	131
5.2.2    O caso específico dos hotéis.....	141
5.2.3    O caso específico dos postos de turismo.....	147

5.2.4 O caso específico da animação turística.....	149
5.2.5 O caso específico das agências de viagens. ....	153
5.2.6 O caso específico da restauração .....	154
5.2.7 O caso específico dos transportes rodoviários .....	156
5.3 Teste das hipóteses .....	157
5.4 Conclusão.....	158
Capítulo 6 – Conclusões finais.....	161
6.1 Introdução.....	161
6.2 Conclusões gerais .....	161
6.3 Contribuições do estudo.....	164
6.4 Principais dificuldades e limitações.....	165
6.5 Pistas de investigação para trabalhos futuros .....	166
Referências Bibliográficas.....	167
Apêndices	
Apêndice 1 – Entrevista aos estabelecimentos de alojamento.....	183
Apêndice 2 - Entrevista aos postos de turismo.....	189
Apêndice 3 - Entrevista às empresas de animação turística e equipamentos de lazer e recreio .....	193
Apêndice 4 - Entrevista exploratória: O caso específico da animação turística II .....	197
Apêndice 5 - Entrevista ao teatro .....	201
Apêndice 6 - Entrevista aos museus.....	205
Apêndice 7 - Entrevista às agências de viagens .....	209
Apêndice 8 - Entrevista aos estabelecimentos de restauração .....	213
Apêndice 9 - Entrevista aos transportes rodoviários.....	217
Apêndice 10 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos hotéis .....	221
Apêndice 11 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos postos de turismo.....	225
Apêndice 12 - Metodologia aplicada na entrevista das empresas de animação turística .....	227
Apêndice 13 - Metodologia aplicada na entrevista das empresas de animação turística II .....	229
Apêndice 14 - Metodologia aplicada na entrevista do teatro .....	231
Apêndice 15 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos museus .....	233
Apêndice 16 - Metodologia aplicada na entrevista específica das agências de viagens .....	235
Apêndice 17 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos restaurantes .....	237
Apêndice 18 – Metodologia aplicada na entrevista específica dos transportes rodoviários.....	241

## Lista de Quadros

Quadro 2.1 - Estudos realizados na área da deficiência e/ou incapacidade .....	25
Quadro 2.2 - Diferenças entre o modelo ICIDH e o modelo ICF .....	26
Quadro 2.3 - Tipos de incapacidade .....	27
Quadro 3.1 - Conceptualização do termo Turismo Acessível.....	40
Quadro 3.2 - Legislação com implicações diretas e indiretas para o turismo acessível .....	54
Quadro 3.3 - Critérios mínimos de acessibilidade na cadeia de serviços turísticos.....	66
Quadro 3.4 - Tipo de barreiras à participação em turismo acessível .....	69
Quadro 3.5 - Quadro síntese do tipo de barreiras à participação em turismo.....	83
Quadro 4.1 – Hipóteses gerais da investigação .....	120
Quadro 4.2 – Agentes da oferta a entrevistar .....	122
Quadro 5.2 – Política de gestão da entidade em relação ao segmento de turismo acessível.	134
Quadro 5.3 – Perceção acerca da atratividade e crescimento do segmento de mercado do turismo acessível.....	136
Quadro 5.4 – Quota de mercado recebida.....	137
Quadro 5.5 – Formação do pessoal.....	139
Quadro 5.6 – Informação disponibilizada através de <i>site</i> oficial.....	140
Quadro 5.7 – Aplicação de medidas legislativas .....	141
Quadro 5.8 – Quadro síntese das barreiras específicas dos hotéis .....	142
Quadro 5.9 – Número e localização dos quartos adaptados.....	143
Quadro 5.10 – Delimitação de quarto acessível .....	144
Quadro 5.11 – Quadro síntese das barreiras específicas dos quartos adaptados.....	145
Quadro 5.12 – Quadro síntese das barreiras existentes nas casas de banho privativas do quarto adaptado .....	146
Quadro 5.13 – Quadro síntese das barreiras no serviço de restauração dos hotéis .....	146
Quadro 5.14 – Quadro síntese relativo à acessibilidade da informação prestada pelos postos de turismo.....	148
Quadro 5.15 – Quadro síntese das barreiras existentes nos postos de turismo.....	149
Quadro 5.17 – Quadro síntese relativo à existência de barreiras aquando da prestação de serviços .....	155
Quadro 5.18 – Quadro síntese relativo à acessibilidade das casas-de-banho existentes no restaurante .....	156

## Lista de Figuras

Figura 1.1 – Estrutura da dissertação .....	5
Figura 2.1 – Determinantes básicas de mobilidade individual .....	13
Figura 2.2 – Princípios da mobilidade .....	14
Figura 2.3 – Esquema síntese da Mobilidade:.....	16
Figura 2.4 – Características da acessibilidade .....	19
Figura 2.5 – Princípios do Desenho Universal.....	23
Figura 2.6 – Modelo ICF.....	30
Figura 3.1 – Principais marcos históricos para o turismo acessível .....	36
Figura 3.2 - A visão sistémica de um destino acessível segundo a dimensão setorial e transversal.....	44
Figura 3.3 - Gestão sustentável de um destino acessível .....	46
Figura 3.4 - O sistema turístico e a acessibilidade .....	47
Figura 3.5 – Modelo metodológico para o desenvolvimento de um destino turístico acessível .	48
Figura 3.6 - Ligações sistemáticas entre a procura e a oferta: a influência do marketing.....	50
Figura 3.7 – Elementos do marketing de destino acessível .....	51
Figura 3.8 - Fases do processo de tomada de decisão.....	59
Figura 3.9 – Motivações à participação em turismo.....	63
Figura 3. 10 – Motivações à participação em atividades recreativas .....	63
Figura 3.11 – Interação entre os fatores de motivação e a lealdade a experiência turística .....	64
Figura 3.12 – Componentes das necessidades informacionais .....	74
Figura 3.13 - Barreiras atitudinais e de acessibilidade em quatro sectores turísticos: comparação entre visitantes e prestadores de serviços.....	76
Figura 3.14 - Necessidades de acesso.....	79
Figura 3.15 - A incidência dos quatro grupos de barreiras ao longo da viagem .....	82
Figura 3.16 – Logotipo da <i>Accessible Portugal</i> .....	86
Figura 3.17 – Problemas a considerar no planeamento de uma viagem turística acessível.....	88
Figura 3.18 – Áreas de atuação da <i>Accesible Portugal</i> .....	89
Figura 3.19 – Logotipo da <i>Enable Holidays</i> .....	92
Figura 3.20 – Etapas evolutivas do projeto “Lousã destino de turismo acessível” .....	95
Figura 4.1 - As etapas do procedimento científico segundo Quivy e Campenhout.....	105
Figura 4.2 - Modelo de Investigação empírica de Hill e Hill.....	106
Figura 4.3 - Fases do Processo de Investigação em Turismo, Pizam.....	107
Figura 4.4 - Modelo de metodologia de pesquisa em turismo da OMT .....	108
Figura 4.5 – Procedimento metodológico aplicado na investigação.....	109
Figura 4.6 – Objetivos da investigação .....	113
Figura 4.7 – Relação entre a teoria, conceitos, variáveis e hipóteses.....	113
Figura 4.8 – O método de pesquisa .....	116
Figura 4.9 – Vantagens e desvantagens da realização de um inquérito por entrevista .....	117

Figura 4.10 – Definição da amostra .....	121
Figura 4.11 – Distribuição espacial da amostra.....	124
Figura 4.12 - Prevalência de incapacidade, membros da família e amigos que são afetados pelo visitante com mobilidade reduzida e população com necessidade de requisitos de acessibilidade, por país de origem.....	129
Figura 4.13 - Número de dormidas e de hóspedes na cidade de Aveiro.....	129
Figura 6.1 – Esquema síntese da informação recolhida.....	162

# Lista de Abreviaturas

**AHRESP** – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal

**AVPD** – Associação para a Valorização de Pessoas com Deficiência

**CRPD** – Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência

**DDA** – *Disability Discrimination Act*

**DMOs** – Organizações de Gestão do Destino

**ENAT** – *European Network for Accessible Tourism*

**IAPMEI** – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

**ICF** – Classificação Internacional de Funcionalidade

**ICIDH** – Classificação Internacional de Incapacidade, Deficiência e Desvantagens

**INR** – Instituto Nacional para a Reabilitação

**OCDE** – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

**OMS** – Organização Mundial de Saúde

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**ONU** – Organização das Nações Unidas

**POPH** – Programa Operacional de Potencial Humano

**SNRIPD** – Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência

**UPIAS** – *Union of the Physically Impaired Against Segregation*

# Capítulo 1 – Introdução

## 1.1 Introdução

A construção de conhecimento científico sempre demonstrou, ao longo dos séculos, que possui um papel primordial na resposta a problemas específicos que a sociedade defronta. Desde dilemas sociais de ordem económica, ambiental, cultural que conduzem a verdadeiras quebras de valores, ou a avanços na medicina e na tecnologia que revolucionam o mundo, está a cargo dos investigadores conseguirem criar arte no sentido de ultrapassar aquilo que, na opinião deles, são verdadeiras questões de estudo científico.

O turismo, pela mão dos investigadores especializados, não foge àquilo que é seu dever: evoluir no sentido de corresponder a novas necessidades, a novas emergências; em suma, ir ao encontro das constantes mudanças no panorama turístico global. Contudo, urge na atualidade a falta de conhecimento acerca de um novo segmento turístico que, pelas suas características peculiares, demonstra ser transversal a todos os segmentos abordados na literatura turística existente.

A crescente falta de respostas turísticas àqueles que, por imposição da vida ou simplesmente por um período de tempo transitório, sentem a necessidade de desenvolver positivamente o seu bem-estar social, pessoal e cultural, levou a que a investigadora despertasse em si o interesse nesta problemática. As constantes barreiras que este grupo de pessoas enfrenta, quer no dia-a-dia, quer quando se desloca para fora do seu ambiente habitual, demonstram ser um verdadeiro entrave à sua participação na atividade turística. Assim, e ciente do interesse que o presente trabalho poderá conter para a investigação turística, no que diz respeito à consciencialização e delimitação do problema em causa, a investigadora propôs que fosse o turismo acessível, com incidência na oferta turística, o tema a abordar.

O segmento do turismo acessível não deverá, de todo, ser abordado apenas segundo dados estatísticos, se é mais ou menos atrativo, e se implica mais ou menos receitas. Este deve ser visto como um fenómeno social em crescimento que, segundo um conjunto de critérios mínimos, permite às pessoas com algum tipo de mobilidade reduzida usufruir de produtos turísticos que anteriormente eram inalcançáveis.

As motivações que levam determinada pessoa a deslocar-se, as barreiras que esta encontra ao longo do processo de tomada de decisão, bem como os impedimentos de ordem física e/ou intelectual, devem ser cada vez mais alvo de estudo na área do turismo. A diferenciação positiva de um destino, a sua sustentabilidade, e posicionamento na mente dos visitantes,

assente na igualdade de experiências, permitem a evolução deste e impedem a estagnação de valores associados ao segmento a ser estudado.

No entanto, e embora se tenha vindo a comprovar cientificamente a vontade de viajar por parte do mercado do turismo acessível, bem como os benefícios que este transpõe para o destino, a oferta turística carece de políticas que levam à integração do 'Desenho Universal', cujo principal objetivo visa a construção de uma sociedade assente em princípios cuja eliminação de barreiras é o principal foco de intervenção.

Face a estas características, em que a urgência em serem estudadas aumenta com o avançar da linha temporal, o tema escolhido para a presente dissertação de mestrado incide sobre um novo nicho de mercado bastante singular, com especificidades ímpares ao nível das necessidades, com uma sensibilidade invulgar, com necessidades e exigências diferentes dos outros segmentos da procura (Devile, 2009), e inserido no que será designado, ao longo do trabalho, de Turismo Acessível.

Assim, este primeiro capítulo permitirá, num primeiro momento, abordar o tema que irá ser investigado, falar acerca da importância deste para o estado da arte no que diz respeito ao turismo acessível, descrever os principais objetivos deste trabalho, desenvolver a sua contribuição para a geração de conhecimento, e explanar metodologia e a estrutura do trabalho.

## 1.2 Tema de investigação

Viver com uma necessidade especial implica desafios, mas ao mesmo tempo a possibilidade de obter experiências únicas. O turismo é um dos sectores em que muitas das pessoas com mobilidade reduzida querem participar, pois requer uma cooperação orquestrada das capacidades físicas, mentais e sociais, que são frequentemente afetadas ou comprometidas por uma deficiência (Yau, McKercher & Packer, 2004).

A incapacidade pode ocorrer em qualquer estágio da vida e pode caracterizar-se por ser permanente ou temporária (Darcy & Dickson, 2009). Cabe aos diferentes agentes do sistema turístico garantir que qualquer pessoa possa usufruir da globalidade dos produtos turísticos (Devile, 2006), sem que, para tal, sintam que a sua participação esteja comprometida.

Independentemente do seu maior ou menor nível de mobilidade reduzida, o turista tem sempre subjacente uma motivação, ou um conjunto de motivações, que os levam a deslocar-se para o destino e a quererem sentir-se parte integrante deste (Fontes & Monteiro, 2009). Contudo, para que o sector do turismo vá ao encontro destas motivações, um longo caminho ainda tem que

ser percorrido para que se atenuem, ou mesmo elimine, barreiras que se transformam num entrave aquando a pretensão de viajar.

Assim, mais do que a questão de acesso, a acessibilidade no turismo é uma questão de ambientes, de experiências positivas, de progressão gradual até que a procura potencial dos turistas com mobilidade reduzida se transforme em procura efetiva (Yau *et al.*, 2004).

Cabe aos agentes públicos e privados da oferta, conseguir em conjunto alterar não só os serviços prestados e as infraestruturas, mas também a mentalidade dos responsáveis da indústria do turismo, bem como do público em geral, que embora verbalize atitudes positivas face a este tipo de mercado, muitas vezes guarda para si um sentimento que normalmente passa pela rejeição (Daruwalla & Darcy, 2005)

Pretende-se, então, com este projeto, analisar a oferta turística na cidade de Aveiro, perceber qual a sensibilidade deste destino para com a problemática do turismo acessível, e compreender se tem ou não condições de acessibilidade, para receber um segmento de mercado com características e necessidades tão próprias.

### 1.3 Objetivos de investigação

Qualquer investigação científica encontra-se sustentada em objetivos, os quais o investigador pretende dar resposta. Assim, face ao tema em estudo, e à problemática identificada, o objetivo geral da presente dissertação visa perceber os níveis de adequação e adaptação da oferta turística ao mercado do Turismo Acessível. Dentro deste a investigadora propôs-se a alcançar objetivos específicos, como:

- Averiguar a importância, para os destinos turísticos, do segmento de pessoas com necessidades especiais;
- Perceber se a oferta turística está consciencializada para a existência de um mercado específico como o do turismo acessível;
- Verificar se as políticas adotadas têm em conta as pessoas com mobilidade reduzida;
- Identificar a que níveis os promotores da oferta turística estão adaptados para receber pessoas com necessidades especiais;
- Identificar as principais barreiras existentes;
- Averiguar a existência de pessoas com formação para dar resposta ao segmento de mercado em estudo;
- Compreender se a informação disponibilizada corresponde à realidade, e se vai ao encontro das necessidades do mercado-alvo.

A delimitação correta e eficaz dos objetivos descritos permitirá desenvolver, e compreender, a base de toda a investigação. Assim torna-se importante a realização desta dissertação por forma a dar resposta a um problema de investigação devidamente identificado, e cuja expansão começa a ser visível. Espera-se, assim, contribuir de forma positiva para a construção de conhecimento específico no que diz respeito ao turismo acessível. As conclusões finais, assentes num trabalho prévio de investigação, permitirão desenvolver apreciações acerca da acessibilidade no local em estudo, e contribuir para o enriquecimento quer do destino, quer daqueles que por alguma razão o procuram.

## 1.3 Metodologia

Por forma a dar resposta aos objetivos delimitados no ponto anterior será aplicada, na presente investigação, uma metodologia própria que vise obter a informação necessária, e relevante, para o estudo. Assim, e numa primeira fase proceder-se-á à revisão da literatura nas grandes áreas de investigação delimitadas. Após uma explanação detalhada acerca destas, serão abordados mais pormenorizadamente os pontos metodológicos que visam a obtenção da informação primária. Esta será recolhida na cidade de Aveiro, através da administração de entrevistas aos agentes da oferta turística a operar neste destino.

Após a recolha dos dados, e através da análise de conteúdo, estes serão apresentados e discutidos num capítulo cuja finalidade última é o cruzamento da informação obtida através da revisão literária com aquela que a autora conseguiu obter. Esta ação permitirá corroborar, ou não, com as hipóteses delimitadas com base em autores estudados.

Por fim, a investigadora apresentará as principais conclusões do estudo, bem como as limitações deste e possíveis pistas de investigação para estudos futuros.

## 1.4 Estrutura da dissertação

A estrutura desta dissertação caracteriza-se por estar dividida em duas grandes partes que se subdividem em seis capítulos (Figura 1.1). A primeira parte, do qual faz parte o primeiro, segundo e terceiro capítulos, visa expor a base teórica do presente trabalho bem como fornecer um quadro conceptual do tema em estudo. Da segunda parte, que converge em si o quarto, quinto e sexto capítulos, faz parte a análise empírica, nomeadamente a apresentação da metodologia de pesquisa, os resultados obtidos e as respetivas conclusões, e recomendações a serem aplicadas em estudos futuros.

## Capítulo 1 - Introdução

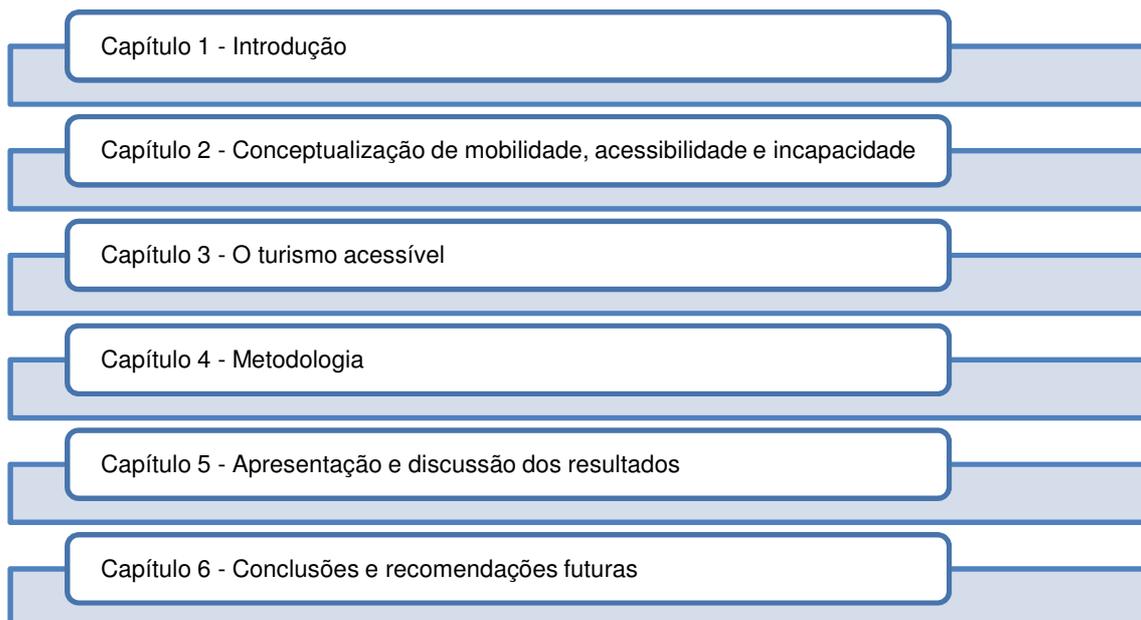


Figura 1.1 – Estrutura da dissertação

Fonte: Elaboração própria

O primeiro capítulo, aquele que agora se aborda, começa por uma pequena nota introdutória, e generalista, ao objeto de estudo. Com o intuito de aprofundar e dar a conhecer o assunto específico, é feita uma introdução e descrição do tema de investigação.

Devido à importância que a delimitação dos objetivos demonstra ter para a correta condução de todo o estudo, estes são conceptualizados desde o início da investigação. Face ao que neles é descrito é possível obter uma imagem global mental do que irá ser estudado.

Por fim, será apresentada a estrutura do trabalho.

O Capítulo 2 visa abordar temas gerais que demonstram ser bastante importantes para a base teórica do tema em estudo. Assim, são conceptualizados os conceitos de mobilidade, acessibilidade e incapacidade. Fundamentados na revisão de literatura efetuada, permitem à investigadora, bem como aos demais interessados, aprofundar ideias relevantes para melhor compreender a investigação realizada.

Com o último capítulo da primeira parte pretende-se, numa primeira fase, dar a conhecer a evolução histórica do turismo acessível. A conceptualização do conceito propriamente dito surge no seguimento do assunto referido. Segundo um conjunto de autores e perspetivas, pretende-se dar a conhecer as diferentes definições presentes na literatura revista.

O desenvolvimento conceptual de destino acessível, a procura turística segundo a perspetiva particular do turismo acessível, bem como a oferta turística segmentada para as pessoas com

necessidades especiais, são os temas abordados. De salientar que o enfoque primordial deste capítulo incide, em grande medida, na oferta turística e a sua adaptação ao turismo acessível. Na parte final são abordadas boas práticas de turismo acessível e procede-se às devidas conclusões do capítulo.

A continuidade da dissertação caracteriza-se pela explanação da metodologia aplicada em toda a investigação. Parte primordial para o sucesso do estudo, é com base em autores estudados na revisão efetuada que se irá proceder à elaboração de um modelo metodológico próprio, a fim de obter todas as conclusões ao estudo e validar as hipóteses a testar.

Os últimos dois capítulos estão reservados à apresentação e discussão de toda a informação obtida com o método de pesquisa aplicado, por forma a apresentar as devidas conclusões do estudo, em que um dos principais objetivos visa contrapor as evidências empíricas obtidas com a revisão de literatura efetuada. Qualquer investigação, quando proposta, deve acrescentar algo de novo ao conhecimento científico já existente. Assim, são descritos os principais contributos do estudo para a pesquisa na área específica em que se encontra inserido. Para finalizar, são apresentadas as limitações encontradas aquando a realização da investigação em curso e são propostas algumas recomendações para pesquisas futuras.

Em síntese, face ao tema em estudo, bem como à problemática identificada, o nível de organização do trabalho pretendido segue a seguinte ordem:

**1: Delimitar conceptualmente os conceitos de mobilidade, acessibilidade e incapacidade.**

---

**2: Percecionar a evolução histórica do turismo acessível, e criar um quadro teórico que permita perceber as suas principais características.**

---

**3: Desenvolver e conceptualizar o conceito de destino acessível.**

---

**4: Delimitar um quadro teórico das possíveis barreiras à participação em turismo que as pessoas com mobilidade reduzida enfrentam.**

---

**5: Circunscrever o procedimento metodológico referente a todo o estudo.**

---

**6: Perceber se a oferta turística está consciencializada para a existência de um mercado específico como o do turismo acessível.**

---

**7: Analisar o maior número de casos que permita averiguar se o destino em análise é acessível a pessoas com mobilidade reduzida.**

---

**8: Desenvolver um conjunto de conclusões que assegurem a clarificação dos resultados obtidos**

---

**9: Efetuar uma análise crítica a todo o estudo, bem como delimitar possíveis recomendações para investigações futuras.**

---



# Capítulo 2 – Análise conceptual: Os conceitos de mobilidade, acessibilidade e incapacidade

## 2.1 Introdução

Uma das questões que se colocam na atualidade é se, de facto, as sociedades “têm sido projetadas e construídas acompanhando a evolução natural dos valores e atitudes, no que respeita ao direito de cidadania” (Teles, 2005, p. 247).

Ao longo dos últimos vinte anos ocorreu uma grande mudança na forma como as pessoas com incapacidade são vistas dentro de uma sociedade (Veitch & Shaw, 2011), o que originou que conceitos como mobilidade, acessibilidade e incapacidade começassem a fazer parte das agendas internacionais, e da geração de conhecimento por parte dos entendedores de diferentes áreas. Dependendo do momento histórico e sociocultural em que as questões relacionadas com estes conceitos se colocam, a abordagem utilizada assume diferentes paradigmas e é estudada segundo uma nova ótica (Sansiviero & Dias, s.d.).

Na primeira secção deste capítulo é conceptualizado o conceito de mobilidade. A forma como as pessoas se movimentavam no passado não é igual à forma como se movimentam no presente, nem certamente igual à forma como se irão movimentar no futuro. Estas, cada vez mais exigentes, com ritmos de vida mais intensos e imprevisíveis, procuram constantemente novas respostas às suas necessidades de movimentação. As sociedades modernas enfrentam, então, nos dias de hoje, uma multiplicidade de formas de como as pessoas podem viajar no tempo e espaço (Kaufmann & Widmer, 2006), que fazem emergir a necessidade de estudo e atenção por parte de toda a sociedade.

Diretamente relacionado com o conceito de mobilidade encontra-se o de acessibilidade, abordado na segunda secção deste primeiro capítulo. Ao conceptualizar-se este conceito, pretende-se mostrar que atualmente se verifica uma tendência de adoção de medidas cada vez mais complexas (Neutens, Schwanen, Witlox, & Maeyer, 2008), que permitem às pessoas que integram toda uma comunidade usufruírem de espaços e produtos com maior facilidade. A transversalidade do conceito, em sintonia com a sua importância para uma sociedade mais inclusiva, obrigou a que o ‘Desenho’ tradicional fosse substituído por uma abordagem que promovesse a criação de ambientes mais justos e equitativos para todas as pessoas, independentemente das suas capacidades (Teles, 2009). Assim, o ‘Desenho para Todos’,

subtema abordado no seguimento do tema “acessibilidade”, apresenta-se como uma abordagem holística e inovadora, que constitui um desafio criativo e ético às sociedades.

Por fim, e sob a forma de introdução ao capítulo seguinte, é conceptualizado o termo incapacidade, a fim de se compreender correta e eficazmente o segmento de mercado que irá ser estudado no seguimento do trabalho.

## 2.2 Conceito de mobilidade

Segundo o dicionário da Língua Portuguesa (Porto Editora, 2002), o termo mobilidade é definido como a “facilidade em se mover (deslocar)”. Contudo, a literatura nesta área não demonstra uniformidade na sua definição, pois este conceito é bastante ambíguo e complexo, e transporta com ele a característica de ser transversal a várias áreas de estudo (Teles, 2009).

Para Teles (2006, p. 32), “a mobilidade, e em particular a mobilidade para todos, não pode ser hoje vista de forma sectorial, como um saber pertencente a uma outra disciplina”. Esta transversalidade do conceito abrange áreas como a dos transportes, do ambiente, da ação social, do planeamento e do uso do solo, da gestão urbanística, das obras municipais e da via pública.

Um dos princípios básicos da mobilidade incide sobre o facto de esta se encontrar estritamente ligada ao direito à liberdade (Kellerman, 2010; Teles, 2009), e desempenhar um papel bastante importante no quotidiano da população mundial (Kaufmann & Widmer, 2006; Santos, 2006; Teles, 2009), e na sua integração social (Kaufmann & Widmer, 2006; Packer, Mckercher & Yau, 2007; Santos, 2006), condicionando direta ou indiretamente os seus estilos de vida (Santos, 2006). Como tal, a mobilidade é uma condição significativa, que implica chavões como o progresso, a independência, a oportunidade e a modernidade (Kellerman, 2010).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE, 2001, p. 5) vai ao encontro dos estudos destes autores ao afirmar que “a mobilidade fornece um vínculo para a independência, para a liberdade de movimento, e para as atividades sociais”.

Subjacente a estas definições encontra-se o princípio de que para se falar em mobilidade é necessário assimilar novas realidades sociais (Teles, 2009). Para Kellerman (2010, p. 1) “a mobilidade não é uma ligação intrínseca, ou neutra, entre um ponto de origem e um destino. É uma dimensão estruturante da vida social e da integração social”.

Face a esta conceção inicial, importa frisar que não são apenas as pessoas com deficiência que devem reivindicar o direito à mobilidade. Estas pessoas são parte integrante da população com mobilidade condicionada (ENAT, 2007; Teles, 2009), mas não são o seu todo. Vários

autores englobam neste grupo aqueles que apresentam, ao longo da sua vida, mobilidade reduzida, como é o exemplo de crianças, grávidas, pessoas doentes e idosos (ENAT, 2007; Silva, Costa & Macedo 2009; Silva, 2009; Teles, 2009).

Advém desta perceção um novo conceito bastante relevante para este estudo: o da mobilidade reduzida, ou, também designado por outros autores, mobilidade condicionada.

De acordo com a definição da Organização Mundial de Saúde (OMS, 2001), o conceito de mobilidade condicionada abrange todas as pessoas, de qualquer idade, que se encontrem impossibilitadas de executar, independentemente e sem ajuda, atividades humanas básicas ou tarefas, em resultado das suas condições de saúde ou deficiência física, mental, cognitiva e/ou psicológica, de natureza permanente ou temporária.

A definição apresentada pela Organização das Nações Unidas (ONU), na Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência (CDPD), corrobora a definição anterior ao defender que as pessoas com mobilidade reduzida são aquelas que têm impedimentos de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir a sua participação plena e efetiva na sociedade, em igualdade de condições com os outros.

Comparando estas duas definições, poder-se-á inferir que a definição da OMS é mais abrangente ao incluir aqueles que possuem uma mobilidade condicionada temporária, enquanto a apresentada pela CDPD apenas considera aqueles que possuem impedimentos de longo prazo.

A sociedade, e em particular os responsáveis governamentais, devem ter em mente, aquando a planificação do território, as necessidades específicas de mobilidade destas pessoas com necessidades especiais. A mobilidade tende, segundo Santos (2006), a revelar um papel cada vez mais ativo no âmbito das políticas de ordenamento e planeamento urbano. Para Moniz (2009, p. 13), a existência de condições físicas adaptadas e seguras para pessoas com mobilidade condicionada, seja porque são portadoras de um qualquer tipo de deficiência motora ou sensorial, porque são idosas ou têm uma doença, porque estão grávidas ou necessitam de transportar as suas crianças, não deve ser inibidora das suas opções de deslocação nem, tão pouco, do exercício da sua atividade profissional, social e cultural.

A participação ativa das entidades e instituições responsáveis pelo planeamento e gestão a nível local e regional, e a sua particular atenção para o que Moniz (2009) avalia, é uma condição necessária para o sucesso dos planos estratégicos (Silva *et al.*, 2009). É imprescindível valorizar um conjunto de novos padrões de mobilidade aquando os programas de planeamento, para que não surjam territórios exclusivos (Teles, 2009).

Até ao final da década de 1970, o conceito de mobilidade era predominantemente visto como uma questão de prestação de serviços de transporte (Silva *et al.*, 2009) e assente no conceito

defendido pelos engenheiros (tempo e espaço) (Teles, 2009). Contudo, “a mobilidade é hoje um tema de grande atualidade política e científica, que eleva questões e compromete conhecimentos que vão para lá dos problemas habituais dos transportes” (Ascher, 2003, citado por Teles, 2005, p. 32). Atualmente a “mobilidade não é mais um conceito de distância entre dois pontos” (Teles, 2005, p. 37). O novo conceito que começa a surgir baseia-se no pressuposto de que os problemas de mobilidade não são apenas uma consequência de um limitado acesso físico aos meios de transporte. Pelo contrário, eles envolvem complexas questões ambientais, económicas, sociais e comportamentais (Silva *et al.*, 2009).

Este novo conceito permite uma “perspetiva mais lata, numa combinação articulada, mais ou menos dinâmica de diferentes deslocações, numa complexidade de aproximações origem/destino” (Teles, 2009, p. 37).

Alguns países europeus foram já pioneiros na pesquisa de um novo conceito de mobilidade e no desenvolvimento e aplicação de indicadores para monitorizar as políticas e estratégias implementadas (Silva *et al.*, 2009). Contudo, estes autores alertam para a alta dependência do conceito em relação ao contexto (país) em que está inserido, pois, devido a isso, cada país tem de trabalhar em vários níveis, a fim de refletir as prioridades das diferentes regiões e áreas.

O conceito de mobilidade deverá ser encarado, nos dias de hoje, como um conceito que deverá funcionar em rede, pois um dos fatores que tem levado à construção de espaços/cidades inacessíveis é a falta de cruzamento de informação nas diferentes áreas de estudo (Teles, 2005), e entre as diversas entidades reguladoras (Silva *et al.*, 2009).

Hoje, e como referem vários autores, a mobilidade engloba fatores como a deslocação de pessoas, bens e informação, e relaciona locais de trabalho com acessos a bens de consumo, com as residências e espaços de entretenimento e lazer, com as compras e com as relações de amizade (Teles, 2009). Ascher (2003, citado por Teles, 2005, p. 37) defende que a mobilidade é atualmente um sistema de organização que otimiza a relação entre diversos atores e diferentes tipos de mobilidades.

O direito à mobilidade, assente nas ideologias apresentadas anteriormente, conduz a um recente conceito de uma nova Cultura de Mobilidade. Um conceito mais abrangente, onde se tem em atenção as exclusões e os sectores que representam as (i) mobilidades de hoje. Só com esta nova cultura poder-se-á então afirmar que mobilidade significa liberdade, onde as restrições do espaço são substituídas por opções estratégicas, que têm em atenção a diferenciação entre os diferentes tipos de mobilidade (Kaufmann & Widmer, 2006). Por outro lado, começam a emergir inovações tecnológicas, como por exemplo as novas redes sociais, que contribuem para ampliar o campo de possibilidades de mobilidade, em que o enfoque vai para além da mobilidade terrestre.

Num relatório apresentado pela OCDE (2010), a mobilidade é descrita segundo uma perspetiva social, e à qual Kellerman (2010) dá o nome de mobilidade “vertical”. Esta organização apresenta exemplos, como é o caso da movimentação na estratificação social, no mercado de trabalho, no ensino e/ou na família.

Todo o processo que vai desde a opção de se deslocar, ou não, até à escolha de entre os diversos destinos possíveis a que se podem associar percursos alternativos e/ou formas de os atingir, passando pelas motivações que advêm do querer movimentar-se, terá que ser alvo de análise e avaliação (Teles, 2005). “É o conhecimento deste processo de decisão e a forma como é organizada a informação, que está subjacente à definição dos padrões de mobilidade” (Teles, 2005, p. 41).

O indivíduo decide de uma forma independente, de acordo com uma interpretação subjetiva dos seus próprios condicionantes pessoais e das envolventes social, física e institucional (Figura 2.1). Estas características, bastante implícitas no segmento de mercado que irá ser reportado no decorrer do presente trabalho, são de importante interesse pois permitem uma melhor compreensão e análise de temas cruciais, como o processo de tomada de decisão, a perceção face ao destino, as motivações (Kaufmann & Widmer, 2006), e a forma como é efetuada a movimentação no destino.

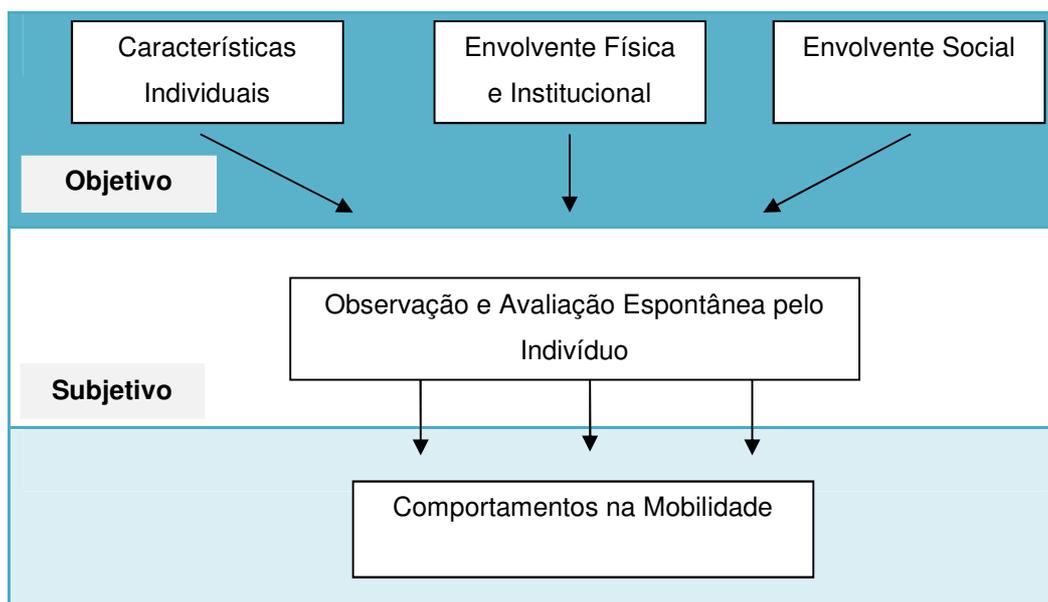


Figura 2.1 – Determinantes básicas de mobilidade individual

Fonte: Teles (2005, p. 43)

A grande maioria dos indicadores na análise de estudos exploratórios é focada nos resultados de uma determinada intervenção, e menos na falta de controlo sobre os recursos, processos e impactes, que provam ser bastante importantes na avaliação do desempenho de um território com mobilidade.

Segundo Macário (2010, p. 261), um dos grandes problemas com que a sociedade atual se depara é o de assegurar padrões de qualidade, melhorando a acessibilidade entre territórios. Por outro lado, para se alcançar um equilíbrio sustentável, as políticas assentes na mobilidade têm que ser capazes de traçar pontos concretos, de forma a mudar comportamentos. As escolhas estratégicas e as diferenciações de mobilidade têm tomado lugar nas agendas mundiais (Kaufmann & Widmer, 2006).

A política de um destino deve ter sempre em conta o desenvolvimento sustentável, em que o uso racional dos recursos, do meio ambiente e o bem-estar das comunidades são fatores primordiais para que gerações futuras possam usufruir de condições equiparadas e/ou melhores às que atualmente existem (Saarinen, 2006). Este contexto de desenvolvimento terá que ser inserido nos princípios da mobilidade, ao nível da sociedade, bem como nos objetivos do sistema de mobilidade (Figura 2.2).

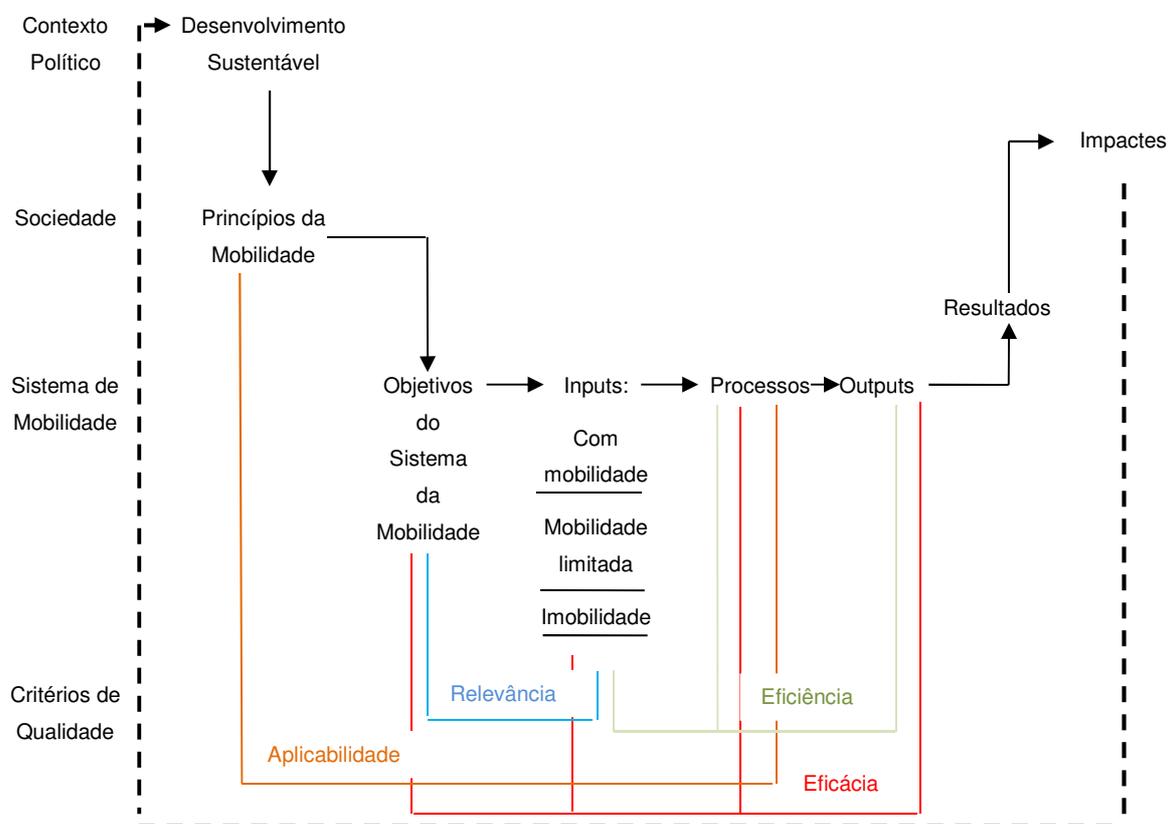


Figura 2.2 – Princípios da mobilidade

Fonte: adaptado de Macário (2010)

Um determinado território, aquando da perceção destas três componentes essenciais para o delimitar de políticas de ordenamento e desenvolvimento territorial, encontra determinados fatores que, pelas suas características, se podem revelar fatores com mobilidade, sem

mobilidade, ou com mobilidade limitada. Neste campo poderão estar inseridos, por exemplo, edifícios públicos, passeios, estradas, espaços de lazer, que consoante as suas características necessitam de processos de modificação, mais ou menos profundos, para se tornarem em *outputs* cuja mobilidade é acessível a todos. Kaufmann e Widmer (2006) reforçam este princípio ao afirmar que quando se torna um território acessível, a mobilidade pode ser conseguida segundo diversas formas. Os resultados obtidos, a curto médio ou longo prazos, permitirão uma maior ou menor qualidade interna do território, que, por sua vez, levará a impactes positivos e/ou negativos, com implicações ao nível da qualidade percebida pelo sistema exterior. Consoante os resultados obtidos no final deste processo, as entidades reguladoras deverão ter um juízo crítico acerca do que foi feito para perceber se é necessário voltar a iniciar o processo já realizado. Por outro lado, o objetivo da mobilidade não conduz necessariamente à mobilidade, embora o seu potencial de concretização continue a ser elevado (Kaufmann & Widmer, 2006; Macário, 2010).

No seu estudo, Macário (2010) dá um especial enfoque à qualidade dos níveis de serviços prestados, daí este autor inserir, no modelo apresentado, critérios de qualidade (aplicabilidade, relevância, eficiência e eficácia), úteis para uma melhor análise aquando da implementação de projetos e/ou normas regulativas.

O paradigma da mobilidade começa a ser objeto de estudo científico, com importância ao nível das agendas mundiais. A Figura 2.3 pretende fazer um resumo do que foi abordado até agora, onde temas centrais como “mobilidade social” ou “tipos de mobilidades” estão descritos. À perspetiva territorial em que a mobilidade era abordada, junta-se a social, cada vez mais importante para a compreensão do conceito no seu todo, e que reflete claramente a característica da transversalidade.

As motivações que levam uma determinada pessoa a movimentar-se englobam dois grupos de fatores: fatores *pull*, que influenciam a escolha de querer movimentar-se ou não, e fatores *push*, que determinam a necessidade de se movimentar (Caldeira, 2006; Cunha, 2006). Estas irão transmitir a quem se movimenta uma sensação de progresso, liberdade, independência, entre outros, como foi abordado no início deste capítulo. Esta abordagem, assente nos dois fatores abordados, é facilmente transposta para o sistema turístico. A sua importância para este sector já há muito tem sido alvo de análise de vários autores, sendo um tema abordado mais à frente neste trabalho.

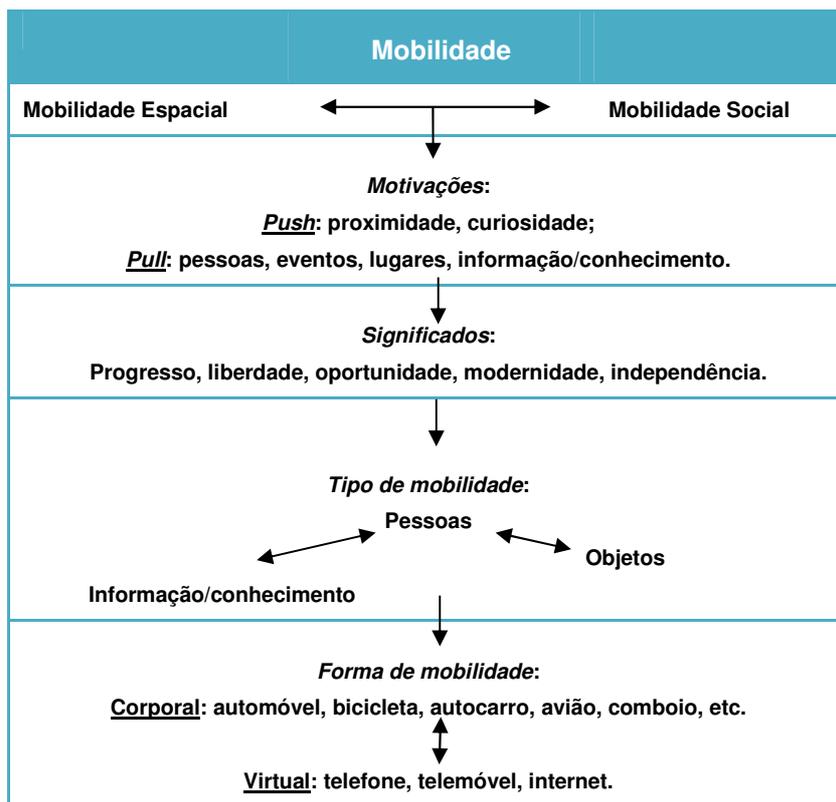


Figura 2.3 – Esquema síntese da Mobilidade:

Fonte: Adaptado de Kellerman (2010)

Se, até meados do século passado, a mobilidade reconhecida era essencialmente corporal, assente no uso de mecanismos de transportes, como o automóvel ou o avião, a sociedade atual do século XXI tem à sua disposição um conjunto de outras formas de mobilidade. No presente torna-se possível movimentarmo-nos corporalmente ao comunicar virtualmente. Para Ascher (2003, citado por Teles, 2009, p. 30) estas mudanças vieram despoletar ainda mais o número de deslocações possíveis na cadeia da mobilidade. As mobilidades apresentam atualmente novos conceitos, que deverão ser alvo de estudo nos tempos em que a globalização continua a emergir.

## 2.3 Conceito de acessibilidade

A conceptualização de acessibilidade tem vindo a ser desenvolvida segundo indicadores mensuráveis, e em paralelo com o conceito de mobilidade (Curtis & Scheurer, 2010), abordado no subcapítulo anterior. A mobilidade, entendida como a capacidade de autonomia e a possibilidade de ação que uma determinada pessoa possui face ao meio em que se encontra envolvida (Pérez & Velasco, 2003), seja ela corporal ou virtual, obriga a que sejam

ultrapassadas duas condições que a regulam: as condições inerentes às pessoas e ao meio físico. Estas encontram-se diretamente relacionadas com a acessibilidade, como se confirmará ao longo do presente subcapítulo.

As políticas e práticas em matéria de acessibilidade na Europa referem-se a dois aspetos principais: a “quem” o acesso é pretendido e “o que” o individuo pode fazer num ambiente acessível (European Network for Accessible Tourism [ENAT],2007).

Especificamente em Portugal, o primeiro passo para a inclusão da acessibilidade no normativo legal nacional, teve início com a promulgação do Decreto-Lei n.º 123/97, de 22 de Maio, que ao introduzir normas técnicas, visou a eliminação de barreiras urbanísticas e arquitetónicas nos edifícios públicos, equipamentos coletivos e via pública. Anos mais tarde, em 2008, o Estado Português revogou este decreto e promulgou um novo diploma, o Decreto-Lei n.º 163/2006 de 8 de Agosto, que passa a ter como objeto a definição das condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais.

Na sua conceção inicial este decreto aborda uma visão bastante importante para perceber, numa primeira fase, o conceito de acessibilidade. A sua perspetiva incide sobre a sociedade e nele poder-se-á ler que:

A promoção da acessibilidade constitui um elemento fundamental na qualidade de vida das pessoas, sendo um meio imprescindível para o exercício dos direitos que são conferidos a qualquer membro da sociedade democrática, contribuindo decisivamente para um maior reforço dos laços sociais, para uma maior participação cívica de todos aqueles que a integram e, conseqüentemente, para um crescente aprofundamento da solidariedade no Estado Social de direito. (Decreto-Lei n.º 163/2006 de 8 de Agosto, p. 5670)

É nesta ótica social que diversos autores assentam a sua visão face à acessibilidade. Segundo Darcy, Cameron, Dwyer, Taylor e Wong (2008, p. 11), a componente física associada a este conceito é um importante fator de inclusão, contudo “tem sido reconhecido que uma inclusão para ser bem-sucedida também requer a aceitação social por parte dos outros”. A acessibilidade deve então ser considerada, desde logo, um direito social que diz respeito a todas as pessoas (Curtis & Scheurer, 2010; Darcy, Cameron, & Pegg, 2010; Duarte, 2009; ENAT, 2007; Moniz, 2009; Neumann & Reuber, 2004; Santo, 2009), que afeta todas as áreas da sociedade (Daniels, Rodgers, & Wiggins, 2005; Neumann & Reuber, 2004; Peixoto & Neumann, 2009), e que deverá ser baseada na crença dos direitos humanos, na igualdade e na inclusão social (Darcy, Cameron, Pegg & Packer, 2008; Duarte, 2009; Silva, 2009).

Para Santos (2009, p. 82), a capacidade de aceder e de se movimentar é um vetor primordial para a qualidade de vida das pessoas, e um direito legalmente conseguido. No entanto, e acima de tudo, é uma demonstração de solidariedade que vai desenvolvendo as sociedades modernas, e tornando-se imperativo para estas (Moniz, 2009).

Segundo Darcy, Cameron, Dwyer, *et al.* (2008, p. 11), um ambiente verdadeiramente acessível é aquele em que todos podem expressar livremente a sua independência, e na qual qualquer impedimento para a integração é removido.

As condições inerentes ao meio físico são, por vezes, um dos fatores que mais influencia o impedimento à plena movimentação de toda a população (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou & Miller, 2005; Curtis & Scheurer, 2010; Darcy, Cameron, Pegg *et al.*, 2008; Darcy & Dickson, 2009; ENAT, 2007; Holl, 2007; Jing & Xiwen, 2008; Neumann & Reuber, 2004; Neutens *et al.*, 2008; Odoki, Kerali, & Santorini, 2001; Pruski, 2010; Silva, 2009). Contudo a acessibilidade não é apenas um problema social, nem diz respeito apenas ao ambiente construído e a barreiras físicas. Alguns autores começam a defender que a questão da acessibilidade assenta também na implementação de condições referentes a uma acessibilidade informacional (APEC, 2003; Darcy, 1998; Darcy, Cameron, Dwyer, *et al.*, 2008; Neumann & Reuber, 2004; Pruski, 2010; Silva, 2009), e, em particular, Darcy (1998, p. 2) chama a atenção para os requisitos sensoriais, especialmente importantes para aqueles que possuem incapacidades auditivas e/ou visuais, e para os requisitos associados à comunicação, que compreendem aqueles que detêm dificuldades na fala, na escrita, e/ou na linguagem, que se demonstram serem importantes para a acessibilidade.

O Ministério Luxemburguês da Família Solidariedade Social e Juventude (MLFSSJ, 2005, p. 20) defende que um ambiente físico para ser acessível tem de ser, ao mesmo tempo, respeitador, seguro, saudável, funcional, compreensível e estético. Por outro lado, dever-se-á ter sempre em conta que o meio físico acessível tem de ser criado de forma a respeitar os princípios universais da sustentabilidade.

Está provado que as barreiras de acesso físico afetam os indivíduos diariamente, contudo também as necessidades de informação são importantes para todos (Buhalis *et al.*, 2005), pelo que deverão ser estudadas globalmente de forma a impedir ou reduzir a concretização plena da acessibilidade.

A falta de acessibilidade não deverá ser vista unicamente como um ponto negativo, e com influência direta apenas para a população. Esta possui implicações também ao nível do desenvolvimento económico, social e ambiental (Odoki *et al.*, 2001), que por sua vez se tornam em implicações indiretas para todos.

O seguinte modelo (Figura 2.4) pretende esquematizar esta conceção inicial da acessibilidade, bem como acrescentar um novo tema-chave ('Desenho Universal') que irá ser tratado mais à frente neste subcapítulo. A acessibilidade, que pelas suas características peculiares carrega consigo um conjunto de restrições (Odoki *et al.*, 2001), afetando direta ou indiretamente toda a população e o meio envolvente, é de todo uma necessidade intrínseca ao indivíduo, e um direito fundamental que este possui. Cabe assim, não apenas aos políticos e empresários, mas

também a toda a população em geral, tomar consciência social, económica e cultural, desta importância e defender assim um conjunto de estratégias e políticas transversais a todas as disciplinas.

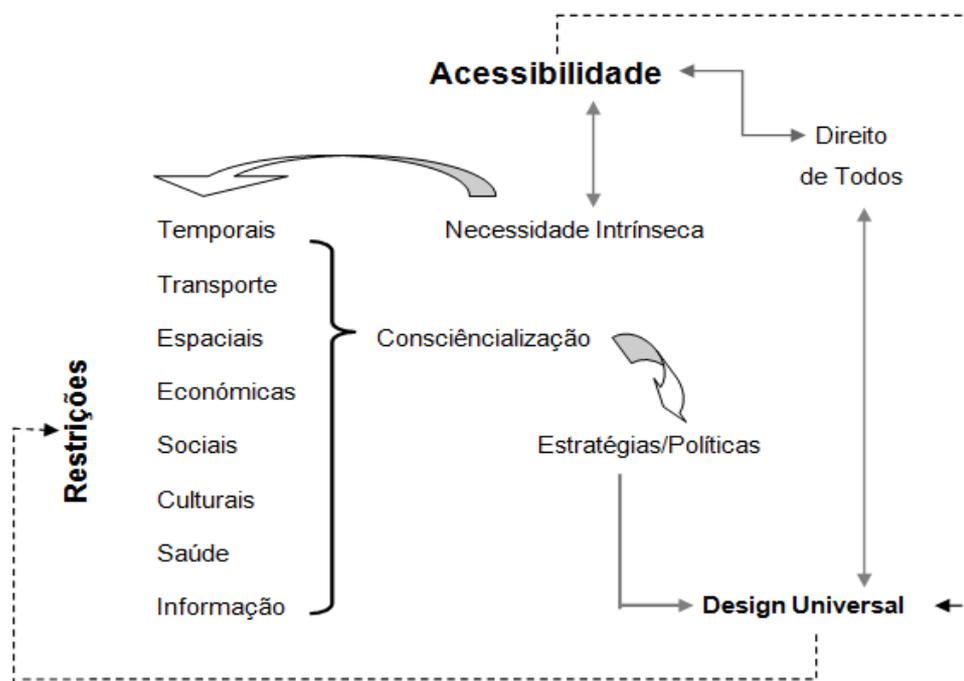


Figura 2.4 – Características da acessibilidade

Fonte: Elaboração própria

Importa contudo conceptualizar acessibilidade, para que o seu entendimento seja completo. Os primeiros estudos surgiram em 1940 (Jing & Xiwen, 2008), em que o enfoque era essencialmente na acessibilidade ao uso do território e dos transportes. Segundo Odoki *et al.* (2001, p. 602), por volta da década de 1980, Burns (1979) apresenta uma definição mais ampla do conceito ao referir que “a acessibilidade é a capacidade de um indivíduo em participar numa determinada atividade ou conjunto de atividades”.

Contudo, com o passar dos anos o conceito continua a incorporar subjetividade, a ser bastante amplo (Devile, 2009; Silva, 2009), de difícil conceptualização (Devile, 2009; Jing & Xiwen, 2008), e projetado segundo diferentes modelos teóricos (Jing & Xiwen, 2008). Estas características ocorrem devido à inexistência de uma definição única de acessibilidade e, consequentemente, esta é mensurada através de desiguais perspetivas (Holl, 2007). Por outro lado, e à semelhança do conceito de mobilidade, o termo agora em estudo é também ele transversal, envolvendo um conjunto diversificado de disciplinas e saberes que vão desde o espaço público, aos edifícios, à comunicação, ao ‘Desenho’, aos transportes, à info-acessibilidade, ao planeamento e ordenamento do território, ao património, ao trânsito, ao turismo, entre outros (Teles, 2009).

Para Odoki *et al.* (2001, p. 602) este é um conceito que se encontra estritamente relacionado com a possibilidade de um indivíduo, num determinado local, possuir a oportunidade para participar numa atividade ou num conjunto de atividades. Esta participação deverá ser desejada, num local desejado, por um modo desejado, e no momento desejado (Curtis & Scheurer, 2010), para que a facilidade e a conveniência do acesso às oportunidades (Jing & Xiwen, 2008) seja conseguida. Assim, para Odoki *et al.* (2001, p. 602), a acessibilidade é uma função da mobilidade do indivíduo, que tem em conta quer as atividades, quer o período temporal abordados.

A acessibilidade implica a possibilidade de aceder, não apenas a edifícios públicos e privados, mas também aos transportes e às tecnologias da informação e da comunicação (Buhalis *et al.*, 2005; Silva, 2009). Um sistema acessível não pode, de todo, admitir descontinuidades (Teles, 2009).

Numa definição mais direcionada, Curtis e Scheurer (2010, p. 57) defendem que a acessibilidade engloba a quantidade e a diversidade de locais que podem ser alcançados dentro de um determinado tempo e/ou custo. Contudo, a acessibilidade depende de diversos fatores que, por si só, se podem tornar em restrições. Esta é, muitas vezes, descrita como uma rede, composta por muitas ligações (ENAT, 2007), que depende de agentes temporais, espaciais e sociais (Odoki *et al.*, 2001), bem como do tipo da condição incapacitante da pessoa (Buhalis *et al.*, 2005). Acessibilidade é altamente interdependente em estágios diferentes de processos (ENAT, 2007), podendo limitar a capacidade dos indivíduos para participar em atividades que para eles poderão ser bastante proveitosas (Odoki *et al.*, 2001).

A acessibilidade depende, então, do transporte disponível para os indivíduos, da distribuição temporal e espacial das atividades, e dos papéis sociais e económicos dos indivíduos, que determinam quando, onde e por quanto tempo querem usufruir destas (Odoki *et al.*, 2001).

Em suma, a acessibilidade é um conceito multifacetado, com uma grande variedade de operacionalizações do conceito encontradas na literatura, e que apresenta uma tendência de medidas cada vez mais complexas (Neutens *et al.*, 2008). O relatório apresentado pela ENAT (2007, p. 9) vai mais além ao afirmar que o termo não é definido de uma forma mutuamente acordada, pois diferentes atores (consumidores, *designers*, decisores políticos) e diferentes regiões e países interpretam o conceito de acordo com as suas tradições, culturas, práticas profissionais, legislação, etc.

A acessibilidade ao ser considerada um direito de todos, não deverá ser associada apenas a pessoas com mobilidade reduzida, ou com algum tipo de incapacidade duradoura ou temporária (Darcy & Dickson, 2009; Duarte, 2009; ENAT, 2007). Quase todas as pessoas em algum momento das suas vidas terão necessidades de acesso (Darcy & Dickson, 2009). Os planeadores do território, os engenheiros, os empresários, e os demais agentes

influenciadores, deverão então estar cientes de que a condição de “estar acessível” deverá também abranger, e como está referido no documento publicado pela ENAT (2007, p. 5), os idosos, as pessoas frágeis, as famílias com crianças pequenas, pessoas com bagagem, pessoas grandes e pequenas, pessoas que movimentam mercadorias, pessoas com alergias, e pessoas com doenças de curta duração.

Numa investigação realizada por Neumann e Reuber (2004, p. 13), os autores vão ao encontro desta conceção ao defenderem que é incompreensível, depois de estudos realizados na Alemanha e por toda a Europa, que “o princípio da acessibilidade seja aplicado apenas ao grupo-alvo das pessoas com deficiência”, uma vez que “a implementação desta é do interesse de todos [...] e um requisito fundamental para um ambiente acessível”.

Num estudo publicado por Darcy e Dickson (2009, p. 33), na Austrália, cerca de 31% da população tinha requisitos de acesso, sendo que 20% eram pessoas com incapacidade, 8% seniores e 3% famílias com crianças pequenas. Mensurado segundo indicadores diferentes, mas com igual importância na conceção do conceito em estudo, Neumann e Reuber (2004) apresentam outros dados, sobre a população alemã, que vão ao encontro dos apresentados anteriormente. Segundo estes, um ambiente acessível é um requisito para 10% da população, uma necessidade para aproximadamente 30 a 40% e um sentimento de conforto para 100%.

### 2.3.1 Conceptualização de ‘Desenho Universal’

Existe associado ao conceito da acessibilidade, um outro que estritamente ligado permite que a acessibilidade plena esteja ao alcance de todos. *Design for all*, ou também designado de Desenho Universal, é uma filosofia e um processo para atingir a acessibilidade universal (Montes & Aragall, 2009), que facilita a participação social e a inclusão na sociedade (C. Silva, 2009). O seu principal objetivo é o (re)desenho do ambiente construído, produtos e/ou serviços para que toda a população possa usufruir e participar da vida em comunidade (Mace, Hardie, & Place, 1991; Peixoto & Neumann, 2009), em segurança, com autonomia e funcionalidade (C. Silva, 2009). Promove soluções de Desenho (Montes & Aragall, 2009) ao nível das edificações, dos espaços, do mobiliário e equipamentos (C. Silva, 2009), para que se consiga “conciliar a integridade artística de um projeto com as necessidades humanas no meio ambiente”, Mace et al. (1991, p. 2).

A Fundação *Desenho for all*, que visa desenvolver, promover, pesquisar e divulgar uma conceção do conceito de Desenho Universal mais ampla e completa, afirma que este diz respeito:

“à intervenção em ambientes, bens e serviços com o objetivo de que todos, incluindo as gerações futuras, independentemente da idade, sexo, capacidades ou origem cultural, possam participar na construção da sociedade onde se inserem, e com igualdade de

oportunidades para participar em atividades sociais, económicas, culturais e de lazer. O seu objetivo visa ainda que os usuários tenham acesso, usem, e percebam qualquer parte do ambiente de uma forma autónoma.”

A definição apresentada pela Comissão Europeia (2006, p. 9) vai de encontro à apresentada pela Fundação *Design for all*, contudo acrescentando outros enfoques. O Desenho Universal abrange então “a conceção do desenvolvimento e marketing de produtos chave, serviços, sistemas e ambientes para que sejam acessíveis e utilizáveis por um vasto público.”

Numa definição que circunscreve os conceitos chave anteriormente apresentados, Darcy and Dickson (2009, p. 34) defendem que o Desenho Universal é um paradigma que engloba os conceitos de caminhos contínuos, acessibilidade, mobilidade, e ambiente sem barreiras, que incorporara o planeamento intergeracional e que reconhece a relação existente entre os vários estádios da vida.

Em suma, o conceito abordado tem por base a conceção de produtos e ambientes passíveis de serem usados por todas as pessoas, sem que para isso exista a necessidade de recorrer a uma adaptação ou a um desenho especializado (Story, Mueller & Mace, 1998).. Assim, para o concretizar desta ideologia, é necessário o cumprimento de alguns fatores como (Comissão Europeia, 2006):

- Existência de um vasto grupo de usuários com diferentes características ao nível psicológico, cognitivo, sensorial, dimensional e cultural;
- O ambiente em que vivemos é desenhado por seres humanos, para seres humanos, portanto deverá ser um ambiente que se adapte às suas necessidades e não o contrário;
- Os usuários são a melhor fonte de informação para que a adaptação dos produtos e do ambiente vá de encontro às suas necessidades e expectativas;
- À medida que uma pessoa avança na idade, os níveis de dependência vão-se alterando segundo as suas capacidades e atitudes;
- Os produtos e o ambiente construído deverão ser acessíveis para toda a população.
- O desenho de bens, serviços e aplicações sejam facilmente usados pelos seus potenciais utilizadores sem que para isso seja necessário qualquer tipo de modificação;
- O desenho de produtos seja facilmente adaptável aos utilizadores;
- Padronização de interfaces de produtos que sejam compatíveis com os equipamentos especializados.

Através do apoio à aplicação do Desenho Universal em todas as etapas da vida, para toda a população (Darcy *et al.*, 2010), e para todo o ambiente envolvente, é possível fazer progressos significativos (Comissão Europeia, 2006) ao nível da acessibilidade. Este deverá ter em conta a diversidade da população, as suas características, e a necessidade que esta tem em ser independentes (Mace *et al.*, 1991; MLFSSJ, 2005).

O Desenho Universal, enquanto ferramenta de apoio a um abrangente grupo de disciplinas, pressupõe o cumprimento de sete princípios que permitem avaliar projetos existentes, orientar o processo de Desenho, e servir de base a arquitetos, designers de produto, engenheiros, entre outros, para o cumprimento dos requisitos essenciais (Story *et al.*, 1998). Os princípios são:

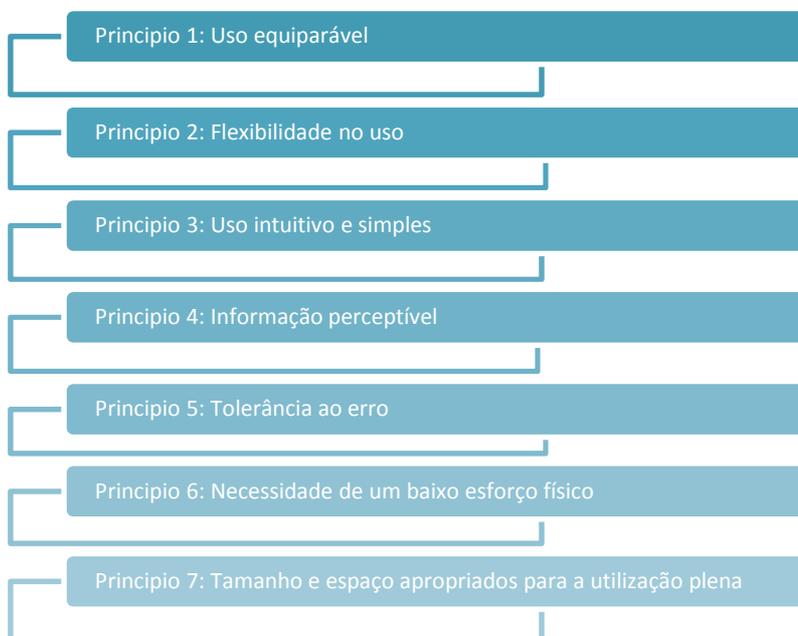


Figura 2.5 – Princípios do Desenho Universal

Fonte: adaptado de Story *et al.*, 1998.

No entanto, a indústria em geral parece desconhecer os benefícios comerciais e organizacionais que possam advir da adoção destes princípios (Darcy *et al.*, 2010).

Para os empresários, parte integrante dos interessados no Desenho Universal, as soluções para que os seus negócios sejam total e eficazmente acessíveis, podem resultar de um custo adicional baixo, através da implementação de produtos e estratégias atingíveis, sem que para isso decorra uma mudança visível na aparência (Mace *et al.*, 1991). Tal estratégia resulta do conhecimento sobre as pessoas, do planeamento, e da seleção de produtos convencionais.

Num paralelo temporal entre o conceito da acessibilidade e o conceito do Desenho Universal, poder-se-á afirmar que no passado, a falta de acessibilidade estava diretamente associada aos indivíduos que fugiam dos padrões da normalidade, vistos como exceções e conseqüentemente como um problema. Com o passar do tempo esta ideia intrínseca ao ser humano, foi-se alterando. Contudo apenas se trabalhou no sentido de introduzir melhorias nas edificações já existentes, como são o exemplo das rampas (MLFSSJ, 2005). O pensamento de que os indivíduos continuam a ser diferentes, e que para tal são obrigados a seguir caminhos

diferentes para alcançar o mesmo que as pessoas ditas normais alcançam, persiste na mente dos responsáveis pela completa conceção do Desenho Universal.

No entanto, no presente, assiste-se a um novo olhar sobre a acessibilidade e o Desenho Universal. Como referido anteriormente, estes conceitos não são apenas direcionados aqueles que possuem uma incapacidade permanente ou temporária, mas têm em vista dar respostas e oportunidades iguais a toda a população. Segundo o MLFSSJ (2005, p. 44), os critérios que definem o que é normal deverão ser alargados e mais abrangentes, sendo que para tal é necessário que ocorra uma nova sensibilidade para com o *Desenho* e a acessibilidade como um todo.

Em suma o Desenho Universal, condicionado por objetivos e recursos específicos, possui uma natureza projetual, em que cada intervenção é singular e bastante complexa (Teles, 2009). Através da sua aplicação é possível verificar grandes progressos na remoção de barreiras ligadas à acessibilidade, que facilitarão o dia-a-dia de toda uma sociedade.

## 2.4 Conceito de incapacidade

Os conceitos de deficiência e incapacidade são, e à semelhança dos conceitos anteriormente abordados, termos bastante abrangentes, que, devido à sua natureza, não permitem aos estudiosos chegarem a um acordo no que diz respeito à sua conceção, aplicação e utilização (Amiralian *et al.*, 2000). Para Buhalis e Darcy (2011, p. 21), esta característica deve-se ao facto de estes assentarem em abordagens e conceções que mudam consoante o período histórico, o contexto social (Darcy, 2003) e cultural em que são delimitados, e o propósito dos estudos.

Nagi (1960, citado por Jette & Keysor, 2003, p. 2507; Kopec, 1995, p. 650; Lawrence & Jette, 1996, p. 173) iniciou um longo caminho de estudos que proporcionaram o surgimento de diferentes conceções. Este autor começou por distinguir os conceitos de Patologia, Incapacidade, Deficiência e Limitações Funcionais. O seu estudo foi depois base para outras pesquisas efetuadas por outros autores. Em 1980, a Organização Mundial de Saúde (OMS) emitiu uma classificação, adaptada por muitos estudiosos, que permitiu discernir os conceitos de Incapacidade, Deficiência e Desvantagens, e a que deu o nome de Classificação Internacional de Impedimentos, Deficiências e Desvantagens (ICIDH).

Em 2001, a primeira classificação da OMS foi revista devido a severas críticas do então emergente grupo de estudiosos que começavam a apresentar outras perspetivas do que era a deficiência (Diniz, Medeiros & Squinca, 2007; McKercher, Packer, Yau, & Lam, 2003). Além da redefinição de alguns conceitos, esta entidade adicionou complexidade ao modelo

apresentado, propôs o que se poderá designar de causalidade reversa (Johnston & Pollard, 2001), e sugeriu uma relação indivíduo-sociedade (Diniz *et al.*, 2007).

Ao atentar o Quadro 2.1, poder-se-á verificar que, além destas três classificações, outras foram sendo publicadas, com o intuito de globalizar as terminologias de incapacidade e deficiência.

Quadro 2.1 - Estudos realizados na área da deficiência e/ou incapacidade

Autores	Terminologia	Principais Características
<b>Nagi (1960)<sup>1</sup></b>	-	Conceito de Limitações Funcionais; Conceito de Incapacidade; Conceito de Deficiência; Conceito de Patologia.
<b>The Union of the Physically Impaired Against Segregation (1976)<sup>2</sup></b>	-	Conceito de Incapacidade. Conceito de Deficiência.
<b>Disability Discrimination Act (1992)<sup>3</sup></b>	DDA	Primeira Legislação Australiana específica para pessoas com deficiência; Definição de deficiência; Definição das possíveis áreas de discriminação.
<b>Verbrugge e Jette (1994)<sup>4</sup></b>	-	Modelo de deficiência.
<b>Lawrence e Jette (1996)</b>	-	Operacionalização do modelo conceptual do processo de deficiência.
<b>OMS (1980)</b>	ICIDH (Classificação internacional de incapacidade, deficiência e desvantagem)	Conceito de Incapacidade; Conceito de Deficiência; Conceito de Desvantagem.
<b>OMS (2001)</b>	ICF (Classificação Internacional de Funcionalidade)	Revisão da ICIDH; Conceito de Incapacidade; Conceito de Deficiência; Fatores pessoais e ambientais.
<b>Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (2006)</b>	-	Novo paradigma face às pessoas com deficiência assente nos direitos humanos.

Fonte: Elaboração própria

A nova classificação exposta pela OMS, Classificação Internacional de Funcionalidade (ICF) expõe uma renovada abordagem assente nos conceitos: função/estrutura do corpo, atividades e participação (OMS, 2001). Acrescenta ainda que a funcionalidade de um indivíduo num domínio específico é uma interação ou relação complexa entre a sua condição de saúde e os

<sup>1</sup> Citado por Jette & Keysor (2003, pp. 114-115); Kopec (1995, p. 650); Lawrence & Jette (1996, p. 173).

<sup>2</sup> Citado por Bickenbach, Chatterji, Badley & Üstün (1999, p. 1176).

<sup>3</sup> Citado por Darcy (2003, p. 24 a 32).

<sup>4</sup> Citado por Femia, Zarit e Johansson (2001, pp. 12-13).

fatores contextuais - fatores sociais e ambientais (Fox & Kim, 2004; OMS, 2001). É neste ponto que o ICF se diferencia, ao afirmar que a incapacidade poderá assumir um carácter sociológico e político (Diniz *et al.*, 2007), assente em fatores intrínsecos e extrínsecos ao indivíduo (OMS, 2001, 2011).

Outra característica diferenciadora deste modelo é o facto de apenas se abordar o termo incapacidade, deixando de lado os termos deficiência e desvantagem, não querendo com isto dizer que estes não estejam subjacentes ao longo da conceptualização do modelo.

A incapacidade continua a ser classificada na mesma linha de pensamento que era anteriormente, no entanto é abordada neste novo modelo segundo a terminologia “função/estrutura do corpo”. No Quadro 2.2 estão patentes as diferenças ao nível das conceptualizações apresentadas em casa modelo.

Quadro 2.2 - Diferenças entre o modelo ICIDH e o modelo ICF

ICIDH		ICF	
<b>Incapacidade</b>	Diz respeito a uma perda ou anomalia ao nível da estrutura psicológica, fisiológica ou funcional.	<b>Incapacidade</b>	Diz respeito a problemas ao nível das funções estruturais e corporais de um indivíduo, que impliquem uma perda ou um desvio significativo (ex. cegueira)
<b>Deficiência</b>	É qualquer restrição ou falta de capacidade para realizar uma atividade dentro do que é considerado normal para um ser humano	<b>Fatores ambientais</b>	Podem ser subdivididos em fatores individuais ou sociais, e constituem o ambiente físico, social e atitudinal no qual as pessoas vivem e conduzem sua vida. Esses fatores são externos aos indivíduos (ex. tecnologia, ambiente construído, relações, atitudes, serviços, políticas etc.).
<b>Desvantagem</b>	Resulta de uma incapacidade ou deficiência, que limita ou impede o desempenho de um papel que é normal (dependendo da idade, sexo, fatores sociais e culturais) para um indivíduo.	<b>Fatores pessoais</b>	Os fatores pessoais são o histórico particular da vida de um indivíduo (ex. sexo, idade, motivações, autoestima).
		<b>Participação</b>	Refere-se ao envolvimento numa determinada situação da vida do indivíduo na sociedade (ex. discriminação no emprego ou no transporte)
		<b>Atividade</b>	É a execução de uma tarefa ou ação por um indivíduo (ex. andar ou comer)

Fonte: Elaboração própria

A classificação internacional de funcionalidade fornece uma abordagem multiperspetiva à classificação de funcionalidade e incapacidade como um processo interativo e evolutivo, permitindo que os estudiosos, através de dos conceitos chave apresentados, criem modelos e estudem os diferentes aspetos deste processo (OMS, 2001).

Ao estudar o conceito de incapacidade Buhalis e Darcy (2011, p. 31) apresentam um quadro que permite observar os diferentes tipos de incapacidade, bem como a sua descrição e as dificuldades que os indivíduos enfrentam em cada tipo de incapacidade (Quadro 2.3).

Quadro 2.3 - Tipos de incapacidade

Tipo de Incapacidade	Descrição	Dificuldades
<b>Mobilidade</b>	Diferentes níveis de restrições de mobilidade física, podendo afetar as pernas, os pés, as costas, o pescoço, os braços ou as mãos.	Tarefas físicas e motoras; Movimentos independentes; Execução das funções básicas da vida.
<b>Sensorial</b>	A visão é limitada ou ausente; Indivíduos completamente surdos ou com dificuldades auditivas	Redução da performance nas tarefas que requerem uma visão e audição perfeita; Dificuldades com a comunicação escrita, oral e auditiva;
<b>Comunicação</b>	Limitação, incapacidade ou atraso para usar linguagem expressiva e/ou recetiva.	Capacidades no discurso, tais como articulação; Problemas com a compreensão e o uso de linguagem falada, escrita ou simbólica.
<b>Intelectual/Saúde Mental</b>	Doenças ao longo da vida, com múltiplas etiologias que resultam num distúrbio de comportamento.	Controlo limitado das funções cognitivas; Dificuldade com o comportamento adaptativo e em perceber conceitos abstratos; Desorganização dos padrões de aprendizagem.
<b>Não visível</b>	Várias doenças.	Problemas de coração; Dificuldades respiratórias; Problemas em controlar os níveis de açúcar no sangue; Desordem do sistema nervoso.

Fonte: adaptado de Buhalis e Darcy (2011, p. 34)

A incapacidade poderá ser abordada segundo dois modelos distintos, o modelo médico e o modelo social (Carson, 2009; Darcy, 2003, 2007; Darcy & Buhalis, 2011; Diniz *et al.*, 2007; McKercher *et al.*, 2003; Mont, 2007; OMS, 2001; Ozturk, Yayli & Yesiltas, 2008; Shakespeare & Watson, 2002; Shaw & Coles, 2004). O primeiro surge associado ao pós-Segunda Guerra Mundial (Darcy, 2003; Darcy & Buhalis, 2011), em que a deficiência é entendida como um problema individual (Buhalis & Darcy, 2011; Carson, 2009; Darcy, 2003; McKercher *et al.*, 2003), assente numa perda ou disfunção (Buhalis & Darcy, 2011), que se traduz na conceção de um corpo anormal (Darcy, 2003). Esta é abordada como um problema causado diretamente por uma doença, trauma ou condição de saúde, que requer assistência médica de profissionais, sob a forma de tratamento individual (OMS, 2001). A deficiência não era então vista como uma diversidade humana (Darcy, 2003). Segundo Darcy (2003, p. 43), o modelo

médico de deficiência surgiu com base nos estudos já efetuados na área da medicina e da psicologia.

Oliver (1996, citado por Buhalis & Darcy, 2011, p. 25) chama atenção para a existência de duas componentes na abordagem ao modelo: a primeira limita o problema da deficiência no indivíduo como uma "tragédia pessoal", enquanto a segunda componente determina que a deficiência é causa de uma doença ou trauma, ideia que vai ao encontro da apresentada pela OMS.

A conceptualização dos conceitos de incapacidade, deficiência e desvantagem (ICIDH) apresentados pela OMS, tiveram como base o modelo médico (Buhalis & Darcy, 2011). Contudo estas definições, bem como outras assentes neste modelo, foram alvo de discórdia (Carson, 2009; Diniz *et al.*, 2007) por parte, não só das pessoas com deficiência, mas também dos estudiosos da área. A forma como era abordado este grupo de pessoas, levava a que estas acreditassem que a sua condição não permitia a participação plena na sociedade (Carson, 2009), o que consequentemente levaria à exteriorização de atitudes e crenças negativas, bem como à influência negativa no que diz respeito ao seu autoconceito (McKercher *et al.*, 2003). Darcy (2003, p. 48) acrescenta que as pessoas com deficiência eram responsabilizadas pelos desvios funcionais que detinham e as respostas profissionais aos seus problemas não abrangiam mais do que o tratamento. Por outro lado, as reações externas e internas, referidas anteriormente, deviam-se também e, em grande parte, ao facto de as pessoas com deficiência serem vistas como alguém que detinha uma perda fisiológica ou psicológica (Darcy, 2003), por parte dos outros membros da sociedade.

Foi durante a década de 1970, na Grã-Bretanha (Darcy, 2003; Shaw & Coles, 2004), que um novo modelo de deficiência começou a ser conceptualizado – o modelo social –, desafiando todos os alicerces sobre os quais o modelo médico se baseava (Darcy, 2003). Nesta época as pessoas com deficiência começaram a lutar pelos seus direitos (Buhalis & Darcy, 2011; Carson, 2009; Darcy, 2003; Shakespeare & Watson, 2002), nomeadamente o direito à cidadania (Darcy, 2003), despoletando diversos movimentos no sentido de mudar a mentalidade, quer da sociedade, quer dos investigadores. Esta movimentação suscitou a realização de quadros de referência com o intuito de melhor perceber este subgrupo da sociedade (Buhalis & Darcy, 2011; Darcy, 2003; Shakespeare & Watson, 2002).

Darcy (2003, p. 53) refere que as atividades e as funções descritas no modelo médico ocorrem dentro de um mundo social, e que, por sua vez, as relações sociais afetam a capacidade que um indivíduo detém para apreender as atividades e funções.

Todo este novo paradigma, assente na mudança de visão face à deficiência e incapacidade (Buhalis & Darcy, 2011; Darcy, 2003; Diniz *et al.*, 2007; Shaw & Coles, 2004), permitiu que os conceitos fossem revistos (Darcy, 2007), e a perspetiva social começasse por se impor face à

perspetiva médica (Mont, 2007; Shakespeare & Watson, 2002). Os estudos sobre deficiência passaram então a ser especialidade de áreas como as humanidades em saúde, sociologia, psicologia, desenho, entre outras (Diniz *et al.*, 2007).

A *Union of the Physically Impaired Against Segregation* (UPIAS, 1975) dá o primeiro passo na distinção entre incapacidade e deficiência. Segundo esta organização (1975, p. 20), a deficiência assenta na desvantagem ou restrição de participar numa determinada atividade, provocada por uma organização social contemporânea, que não tem em conta os problemas físicos de um indivíduo e, portanto, o exclui das atividades sociais. Incapacidade visa a falta total ou parcial de um ou mais membros corporais, ou a imperfeição de um membro, órgão ou mecanismo do corpo.

Para Diniz *et al.* (2007, p. 2508), o modelo social de deficiência subverteu a lógica da causalidade acima mencionada pelo ICIDH, ou seja, não eram as lesões corporais a principal causa das desvantagens, mas sim a opressão social (Bickenbacha *et al.*, 1999; Carson, 2009; Darcy, 2003; Diniz *et al.*, 2007; Shakespeare & Watson, 2002). Darcy (2003, p. 52) acrescenta que a deficiência passou a ser vista como algo imposto acima das incapacidades do indivíduo, pela forma como são isolados e excluídos da plena participação social, devido à forma como a sociedade está organizada. Neste modelo, a incapacidade não é um atributo de um indivíduo, mas sim um conjunto complexo de condições, muitas das quais criadas pelo ambiente social (Bickenbacha *et al.*, 1999; OMS, 2001) e pelas relações sociais (Darcy, 2003).

Finkelstein (1995, citado por Buhalis & Darcy, 2011, p. 29) sugere que o modelo social deverá ser assente em três elementos-chave:

- As experiências vivenciadas pelas pessoas com deficiência;
- A identificação da deficiência como a combinação desta com as barreiras construídas socialmente;
- A clarificação conceptual que facilita aos investigadores diminuir barreiras que levam ao empobrecimento e à disfunção social das pessoas com deficiência.

Surgem assim novos conceitos impostos pelo modelo social e que importa clarificar.

Diversos autores referem que a deficiência de um indivíduo além de depender da sua incapacidade está fortemente associada às barreiras e atitudes hostis que a sociedade contemporânea insiste em criar (Buhalis & Darcy, 2011; Carson, 2009; Darcy, 2003; Lovelock, 2010; McKercher *et al.*, 2003). Essas barreiras podem ser ao nível físico, como passeios, escadas, entre outros, mas também ao nível psicológico, resultado da forma como a sociedade tem sido construída em termos de valores e crenças, conjugado com o ambiente em que os indivíduos estão inseridos. São estas barreiras incapacitantes e as atitudes hostis por parte dos outros membros da sociedade que, por vezes, geram a opressão acima referenciada, e influenciam o comportamento individual e público face às pessoas com deficiência e/ou

incapacidade (McKercher *et al.*, 2003). Estas impedem a igualdade de direitos no que diz respeito ao acesso à informação, educação, emprego, transportes, serviços públicos e atividades de lazer e turismo (Carson, 2009).

A opressão ocorre quando os indivíduos são constantemente submetidos a uma degradação política económica, cultural e social, devido ao facto de pertencerem a um determinado grupo social (Darcy, 2003), levando a um isolamento e restrição social (Buhalis & Darcy, 2011).

Esta atitude perante as pessoas com deficiência e/ou incapacidade deve-se, em grande parte, à consciencialização do que é normal. Embora as conceptualizações de normalidade tenham sido integradas nas agendas internacionais, a sua construção, interpretação e definição continua a ser subjetiva a um panorama social e cultural (Darcy, 2003).

Como se comprovou até ao momento, o modelo social tem em conta a interação social de um indivíduo e o ambiente em que este se encontra inserido. A revisão efetuada pela OMS, que culminou no ICF, procurou incorporar as principais críticas deste modelo (Diniz *et al.*, 2007).

A interação dos vários princípios apresentados pela nova classificação (Figura 2.6) demonstrou ser um ponto de partida para os recentes desenvolvimentos na mensuração da capacidade funcional de um indivíduo (Mont, 2007), resultado dos princípios do modelo social (Diniz *et al.*, 2007). Esta classificação assume a particularidade de se encontrar subdividida em duas componentes estritamente ligadas: Funcionalidade e Incapacidade (*Body Functions and Structures, Activities, Participation*) e Factores contextuais (*Environmental Factors, Personal Factors*).

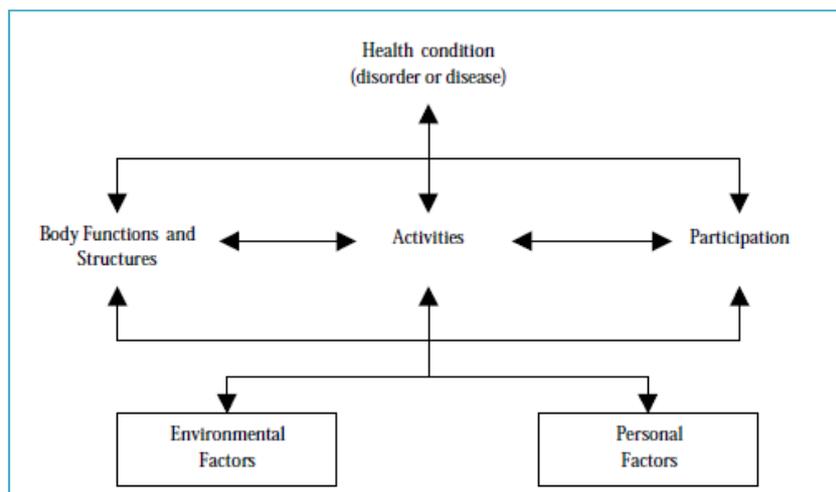


Figura 2.6 – Modelo ICF

Fonte: OMS (2001, p. 18)

Neste modelo teórico, as pessoas não são identificadas como tendo deficiência e/ou incapacidade, mas sim de acordo com uma descrição acerca do seu funcionamento dentro das

duas componentes referidas (Buhalis *et al.*, 2005; Mont, 2007). A incapacidade e deficiência advêm do facto de a sociedade reprimir ou excluir os indivíduos devido a um conjunto de fatores: tipo de incapacidade, consciencialização de normalidade, barreiras construídas, atitudes hostis, entre outras. Em suma, esta nova visão é assente na interação existente entre a função/estrutura do corpo e o ambiente físico, cultural, social e político em que o indivíduo está inserido (Mont, 2007; Shaw & Coles, 2004).

O modelo social foi bastante importante pois permitiu consciencializar a sociedade para os problemas que as pessoas com incapacidade têm vindo a enfrentar. A sociedade, aos poucos, vai ampliando as oportunidades para este subgrupo (Fox & Kim, 2004), nomeadamente com a remoção de barreiras e alteração de atitudes.

A remoção e gestão do problema requer uma ação social, com responsabilidade social, assente no ‘Desenho Universal’, a fim de modificar todo um ambiente construído, de forma a favorecer a plena participação das pessoas em todas as áreas da vida social (OMS, 2001).

O Relatório Mundial da Deficiência (2011), compilado pela OMS, além de fornecer orientações globais acerca da implementação da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (CRPD), permite a quem o lê obter uma visão ampla da situação das pessoas com deficiência, das suas necessidades, assim como das barreiras que estas enfrentam para participar plenamente na sociedade atual. Segundo as estimativas do número total de população mundial para 2010, e as estimativas para 2004 da prevalência de incapacidade (mensurada segundo dois indicadores “*World Health Survey*” e “*Global Burden of Disease*”), cerca de 15% da população mundial sofre de algum tipo de incapacidade, mais 5% do que em 1970, aquando o primeiro relatório da Organização Mundial de Saúde acerca da incapacidade (OMS, 2011).

Segundo a OMS (2011, p. 29), a análise ao indicador “*Global Burden of Disease*” permite concluir que 2,9% da população (cerca de 185 milhões de pessoas) sofrem de incapacidades severas, e 15,9% (cerca de 978 milhões de pessoas) sofrem de incapacidades do tipo moderado e/ou severo. Recorrendo ao indicador “*World Health Survey*”, assente na análise a 59 países, que representam 64% da população mundial com mais de 18 anos, o relatório indica que 15,6% da população mundial com mais de 18 anos enfrentam dificuldades significativas no seu dia-a-dia, enquanto 2,2% enfrentam dificuldades bastante significativas (OMS, 2011).

## 2.5 Conclusão

Com a conceção deste capítulo pretendeu-se apresentar um quadro conceptual de conceitos chave que servirão de base aos capítulos seguintes. O conceito de mobilidade já não é apenas associado à mobilidade territorial, mas também à mobilidade social. A nova perspetiva do

conceito remete-nos para questões ambientais, sociais e comportamentais da comunidade, que englobam fatores como a deslocação de pessoas, bens e informação.

Aquando da conceptualização do conceito de acessibilidade constatou-se que, devido à sua transversalidade, este chega a áreas de estudo bastante distintas, mas que se conjugam para um único objetivo: o funcionamento em rede de todos os intervenientes primordiais de uma sociedade, no sentido de se criarem ambientes acessíveis a todos. Tendo por base o novo conceito de 'Desenho', bem como os seus princípios, pode verificar-se que as sociedades conseguirão dar respostas concretas e integradas àqueles com mobilidade reduzida permanente ou temporária.

Assim, a mobilidade e acessibilidade deverão ser conseguidas através do desenvolvimento de estratégias e políticas sustentáveis, que têm por base o indivíduo e não o território. O direito à mobilidade, acessibilidade e liberdade é amplamente citado como fator a ter em conta aquando a estruturação destes vetores de diferenciação do território.

O último conceito estudado permitiu verificar a tendência de aplicar uma perspetiva social aquando a sua conceptualização. A incapacidade de um indivíduo deixou de ser encarada segundo um modelo médico, passando a ser abordada tendo em conta o modelo social de incapacidade. Esta situação incapacitante não decorre apenas devido à doença da pessoa, mas também à inaptidão social em a integrar no quadro participativo de toda uma comunidade.

Os três grandes temas abordados são a base para o estudo que surge no seguimento da presente dissertação. Assim, o próximo capítulo, cujo enfoque de estudo será o turismo acessível, deve ser analisado e fundamentado sempre na ótica daquilo que foi abordado ao longo da revisão de literatura agora efetuada.

## Capítulo 3 – O Turismo Acessível

### 3.1 Introdução

A tendência social verificada desde o século passado, nomeadamente o envelhecimento da população, o aumento global de doenças crónicas (OMS, 2011), a mudança de atitude das pessoas com mobilidade reduzida (termo aplicado para o seguimento do presente trabalho) para com a sua própria limitação (Arola, Cooper & Cooper, 2011), o consenso cada vez maior de que o turismo é um bem social de grande importância (Devile, 2009), e a discussão ao nível universal dos conceitos abordados no capítulo anterior, obrigou a que a indústria turística fornecesse um conjunto de respostas a um novo segmento de mercado – o dos visitantes com mobilidade reduzida.

Embora a perceção da existência de uma nova procura turística date de algumas décadas, a consciencialização da indispensabilidade de soluções concretas, credíveis e sustentáveis é bastante recente. O modelo social, previamente descrito, quando aplicado pelos estudiosos ao turismo acessível, narra que após este processo de introspeção, a sociedade deve identificar todas as barreiras existentes e formular estratégias para amenizar o efeito negativo das experiências turísticas globais das pessoas com mobilidade reduzida (Daruwalla & Darcy, 2005; Eichhorn, Miller, Michopoulou & Buhalis, 2008).

Assim, pretende-se, numa primeira parte do presente capítulo, compreender a evolução histórica do turismo acessível, segundo os momentos mais marcantes que cooperaram para que esta nova forma de turismo emergisse no panorama turístico global. A conceptualização de turismo acessível é abordada segundo autores, perspectivas e vertentes diferentes.

Para que um destino possa receber o segmento de mercado abrangido na investigação, é fundamental e imprescindível que este seja considerado um destino turístico acessível. De forma a sustentar esta ideologia são descritos alguns modelos teóricos específicos, com o intuito de perceber a importância de um destino não ser trabalhado isoladamente, mas sim de modo sistémico e em rede, segundo políticas integradas (Moura & Kastenholtz, 2010), que permitam uma diferenciação baseada na inclusão social e na aplicação do ‘Desenho Universal’ (Devile, Garcia & Carvalho, 2010).

O sucesso do planeamento estratégico, bem como do desenvolvimento de um destino acessível, deve-se em grande medida às entidades governamentais, parte integrante do sistema turístico. Ao desempenharem um papel bastante ativo na implementação de leis, que obrigam os agentes da oferta a expressar respostas oportunas ao mercado em estudo, tornam-se num importante foco de estudo para esta dissertação. No entanto, é de salientar o facto de ainda não existir uma lei específica que aborde todos os eixos do turismo acessível, sendo assim reportado neste capítulo apenas um conjunto de diplomas legais – nacionais e

internacionais – que ajudam a adaptar os ambientes construídos às necessidades específicas dos visitantes com algum tipo de mobilidade reduzida.

Um visitante com mobilidade reduzida preserva motivações semelhantes aos outros segmentos da procura turística (Neumann & Reuber, 2004; Yau *et al.*, 2004) aquando a ambição de viajar. Assim, na continuação deste capítulo, serão analisadas as motivações à participação em turismo por parte destes. Embora as causas sejam semelhantes, o mesmo não sucede com todo o processo de tomada de decisão. Neste sentido, e com o intuito de melhor perceber este segmento de mercado, são abordados os principais aspetos que este tipo de visitante tem em conta antes, durante e depois da decisão de viajar.

Embora cada vez mais a oferta turística comece a dar respostas integradas e inclusivas, aqueles com necessidades especiais continuam a defrontar-se com barreiras generalizadas no acesso aos produtos, devido à escassez de vários fatores, como a ausência de políticas e normas adequadas, atitudes negativas, carência de prestação de serviços devidamente adaptados, financiamento inadequado, falta de acessibilidade, informação e comunicação inadequada, assim como a falta de participação nas decisões que afetam diretamente as suas vidas (OMS, 2011). Face a esta perceção, são retratadas as principais barreiras à participação em turismo referentes ao segmento de mercado em estudo.

Para finalizar o presente capítulo são expostos exemplos de boas práticas na área do turismo acessível, assim como a importância deste para todo o quadro da indústria turística.

## 3.2 A evolução histórica do turismo acessível

A discussão em torno dos aspetos que contribuem para a construção e promoção de uma sociedade mais inclusiva tem tido reflexos também no domínio do turismo, ao mesmo tempo que se verifica um consenso cada vez maior no facto de o turismo ser um bem social de primeira necessidade, que constitui um aspeto essencial na qualidade de vida, devendo por isso estar ao alcance de todas as pessoas, independentemente das suas condições físicas, económicas ou sociais. (Devile, 2009, p. 39)

Esta questão que, ao longo das últimas décadas, tem sido aprofundada com o propósito de a sociedade se adaptar para o seu quotidiano, e posteriormente para a indústria turística, os princípios abordados no capítulo anterior – mobilidade, acessibilidade e incapacidade –, assumiram especial relevância a partir da promulgação da Declaração Universal dos Direitos Humanos pelas Nações Unidas em 1948. O principal objetivo desta entidade era o de assegurar que todos os seres humanos detinham à nascença o direito à liberdade, dignidade e igualdade (Darcy, 2003; Guerra, 2003).

No seguimento lógico desta , tem lugar, em 1963, “I Congresso Internacional sobre a remoção de barreiras na arquitetura”. A sua realização teve especial impacto na consciencialização da Europa para a necessidade de perceber e adaptar o conceito de acessibilidade aos diversos edifícios (Guerra, 2003). Contudo, apenas em 1975 emerge a primeira declaração específica para as pessoas com mobilidade reduzida, a Declaração Universal dos Direitos das Pessoas com Incapacidade, promulgada pelas Nações Unidas. Seis anos mais tarde, em 1981, é declarado, pela primeira vez, o Ano Internacional das Pessoas com Incapacidade (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006; Guerra, 2003).

No contexto da União Europeia, e no sentido de superar as diferenças políticas em relação às pessoas com mobilidade reduzida (Zolkowska, Kasior-Szerszen, & Blaszkiewicz, 2002), bem como melhorar a acessibilidade em toda a Europa (ENAT, 2007), os Estados Membros desenvolveram, desde a década de 1970, um conjunto de programas comunitários que visavam, por exemplo, apoiar a integração, coordenação e concretização de atividades para o benefício deste grupo social (Zolkowska *et al.*, 2002). O primeiro programa, delimitado pelo Conselho das Comunidades Europeias, e em vigor entre 1974 e 1977 (Parlamento Europeu, 2011; Resolução do Conselho de 27 de Junho de 1974), teve como objetivo primário ajudar as pessoas com mobilidade reduzida a “tornarem-se capazes de levar uma vida normal, independente e completamente integrada na sociedade” (Resolução do Conselho de 27 de Junho de 1974). Com enfoque especial no emprego, este sustentava especificamente que seria imprescindível melhorar as possibilidades de reabilitação profissional que eram oferecidas na comunidade (Parlamento Europeu, 2011).

O programa comunitário subsequente, HELIOS I, foi aprovado em 1988 e esteve em vigor até ao ano de 1991 (Parlamento Europeu, 2011; Zolkowska *et al.*, 2002; Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006). Este, bem como o anterior, permitiram o intercâmbio de informação e experiências entre os Estados-Membros, as Organizações Não-Governamentais (ONG), e os Conselhos Nacionais de Deficientes, de forma a melhorar a qualidade de vida das pessoas com mobilidade reduzida. Galardoou igualmente um conjunto de organizações em toda a Europa com a atribuição de prémios de excelência na prestação de instalações para este grupo de pessoas (ENAT, 2007)

Após este estágio inicial de consciencialização e introspeção da sociedade para as necessidades e igualdade das pessoas com mobilidade reduzida, emerge um segundo momento com incidência no turismo. Na Figura 3.1 estão presentes alguns dos principais marcos históricos que contribuíram para a perceção, por parte da indústria turística, da existência de um novo tipo de turismo em expansão.

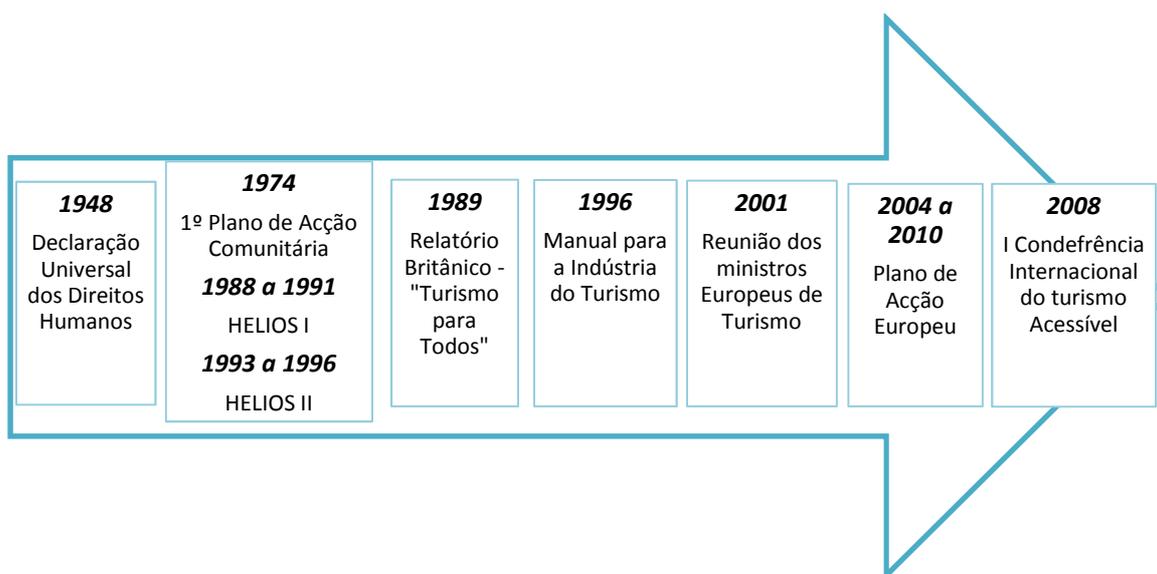


Figura 3.1 – Principais marcos históricos para o turismo acessível

Fonte: elaboração própria

No ano de 1980, aquando a promulgação da Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial, realizada pela Organização Mundial de Turismo, é pela primeira vez associado o termo “Acessibilidade” ao turismo (Pérez & Velasco, 2003). Esta declaração evocou o turismo como um direito fundamental e um instrumento essencial para o desenvolvimento humano e para a melhoria da qualidade de vida de todos (Guerra, 2003; Pérez & Velasco, 2003). Contudo, só nove anos depois, em 1989, surge a primeira referência ao conceito “Turismo Acessível” (Casas, 2004; Guerra, 2003; Pérez & Velasco, 2003). Apresentado por um grupo de especialistas da área da incapacidade e do turismo, o relatório intitulado “Turismo para Todos”, além de trazer para a indústria turística uma nova palavra chave, efetivou o balanço dos progressos sentidos desde 1981 na área da acessibilidade e mobilidade. O documento tinha como principal enfoque chamar a atenção de toda a sociedade para a urgência de se criar uma indústria acessível e transversal, que não excluísse nenhum ator do sistema turístico (Casas, 2004; Guerra, 2003; Pérez & Velasco, 2003).

Entre 1993 e 1996, a União Europeia implementou o terceiro programa comunitário, HELIOS II, com incidência na integração social das pessoas com deficiência na sociedade ao nível da educação, trabalho, economia, transportes e acessibilidade aos meios construídos (ENAT, 2007). No anexo I, e ponto 8 deste programa, foi dado especial relevo ao turismo, com o compromisso de “apoio à coordenação de ações entre Estados-Membros com o objetivo de eliminar os obstáculos ao desenvolvimento do turismo para os deficientes, assim como à troca de informações neste domínio.” (52000DC0284<sup>5</sup>).

<sup>5</sup> Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social e ao Comité das Regiões - Rumo a uma Europa sem barreiras para as pessoas com deficiência - 52000DC0284. Acedido em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52000DC0284:PT:NOT>, a 16 de Agosto de 2011

Com o intuito de maximizar o sucesso deste programa foi aplicada uma nova abordagem assente na junção de organismos públicos e organizações de pessoas com mobilidade reduzida, formando grupos de trabalho com o desígnio de abordar os principais temas referidos no parágrafo anterior (ENAT, 2007). Esta ação, além de permitir que as pessoas com mobilidade reduzida participassem na gestão do programa, resultado da mudança de pensamentos, possibilitou também que percecionassem o seu papel ativo, e importante, na contínua sensibilização da opinião pública, na promoção dos seus direitos, e na orientação política à escala comunitária (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006; Zolkowska *et al.*, 2002). Num período de três anos, os grupos de trabalho delimitaram os seus próprios objetivos e políticas, realizaram visitas a vários locais e analisaram experiências acessíveis. Cada grupo compilou um relatório onde registou as boas práticas e planos de ação para resolver os problemas observados e os desafios para o futuro. Os relatórios sobre "Transportes" e "Acessibilidade para o Ambiente Construído" foram parcialmente relevantes para o turismo (ENAT, 2007), e, como resultado da ação deste programa, foi criado o Fórum Europeu de Deficiência, que continua operacional e permite expressar opiniões em questões importantes para as pessoas com mobilidade reduzida (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006; Zolkowska *et al.*, 2002).

Na fase final do programa Hélios II, e aproveitando as suas linhas orientadoras, é publicado em 1996, pela Comissão Europeia, o "Manual para a Indústria do Turismo: Tornar a Europa acessível para turistas com deficiência". O seu principal objetivo visava demonstrar que as instalações existentes podem muitas vezes ser facilmente adaptadas para receber visitantes com mobilidade reduzida.

Em Julho de 2001, os Ministros Europeus do Turismo reuniram-se em Bruges a fim de debater o tema "Turismo para Todos" e, em particular, a acessibilidade das pessoas com mobilidade reduzida ao alojamento turístico (Griffin & Stacey, 2011; Guerra, 2003; Vlaanderen, 2001). Estes, no final da reunião, propuseram um conjunto de medidas que cada Estado-Membro deveria adotar, designadamente que cada um teria o compromisso de definir as suas próprias políticas e procedimentos relativamente ao turismo acessível, com base na sua perspetiva histórica e pontos de vista sobre a sua atividade turística (Griffin & Stacey, 2011).

A Comissão Europeia declarou, em 2003, o Ano Europeu dos Cidadãos com Incapacidade (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006), a fim de continuar o caminho de sensibilização da sociedade para as questões da incapacidade e de o tornar num marco temporal para a introdução de novas políticas governamentais (52000 DC 0284). Esta iniciativa proveio de uma ação impulsionadora por parte dos participantes do Fórum Europeu das Pessoas com Incapacidade, que exerceram pressão no sentido de se criar uma ação à escala

Europeia que permitisse às pessoas com mobilidade reduzida sensibilizarem a comunidade para os seus reais problemas.

Neste mesmo ano o Conselho Europeu declarou, na resolução de 6 de Maio de 2003, a “necessidade de existirem infraestruturas culturais e de lazer acessíveis, como sendo indispensável para a melhoria da qualidade de vida de todos os cidadãos” (Devile *et al.*, 2010; Prates & Garcia, 2009). No ano anterior, na resolução de 21 de Maio de 2002 sobre o futuro do turismo europeu, o Conselho de Ministros convidou a Comissão e os Estados-Membros a intensificar esforços no sentido de facilitar o acesso das pessoas com deficiência ao turismo (COM(2003) 650 final<sup>6</sup>).

Devido ao êxito conseguido com o Ano Europeu dos Cidadãos com Incapacidade, através do aumento da consciencialização, intercâmbio e divulgação de boas práticas, bem como o reforço da cooperação entre as diferentes partes interessadas (COM(2003) 650 final), o Conselho Europeu promulgou um Plano de Ação Europeu, que abrangeu o período de 2004 a 2010, com vista a definir uma abordagem duradoura e operacional em relação às questões de incapacidade na Europa (COM(2003) 650 final), nomeadamente à promoção da acessibilidade para todos ao nível do emprego, educação e áreas públicas (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006).

Atualmente encontra-se em curso um novo programa estratégico europeu que visa a promoção dos direitos e a plena participação das pessoas com mobilidade reduzida na sociedade. Delimitado pelo Conselho Europeu, este tem como período vigente os anos de 2010 a 2020. Dividido em quatro categorias (direitos civis e políticos; direitos económicos, sociais e culturais; questões governamentais; e questões horizontais) dá especial enfoque ao turismo na categoria “direitos económicos, sociais e culturais”, no artigo n.º 30 – “Participação na vida cultural, recreio, lazer e desporto”. Este refere que o acesso a atividades de lazer é ainda limitado para pessoas com mobilidade reduzida, principalmente devido a barreiras arquitetónicas. Ao mesmo nível encontram-se também as barreiras organizacionais e conceituais, onde os funcionários não estão bem preparados para acolher e acomodar as pessoas.

No que se refere ao caso português, o primeiro Plano de Ação para a Integração das Pessoas com Incapacidade data de 2006. Com um período de aplicabilidade de 3 anos este, subdividido em dois capítulos e quatro eixos, apresentou como objetivos: a acessibilidade a produtos e equipamentos, a integração das questões da deficiência e da incapacidade nas políticas sectoriais, entre outros (Gabinete da Secretaria de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2006).

---

<sup>6</sup> Igualdade de oportunidades para as pessoas com deficiência: Plano de Acção Europeu (2004-2010) - COM(2003) 650 final. Acedido em [http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/disability\\_and\\_old\\_age/c11414\\_pt.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/disability_and_old_age/c11414_pt.htm), em 16 de Agosto de 2011

Embora a referência ao sector do turismo não esteja patente, é no segundo eixo – educação, qualificação e promoção laboral – que o plano faz referência à cultura, desporto e lazer.

No sentido de divulgar o conhecimento científico que os estudiosos da área do turismo acessível têm vindo a construir, algumas conferências internacionais têm sido organizadas em diversos países. A ENAT, principal entidade europeia a operar na promoção do turismo acessível, tem organizado, desde 2008, conferências internacionais anuais para debater o estado da arte na área do turismo acessível. A primeira realizou-se em Belgrado no ano de 2008, e o objetivo principal visava a promoção de destinos turísticos acessíveis, transportes públicos, bem como aumentar os lucros e melhorar a viabilidade geral dos negócios das empresas locais e internacionais que apostassem no turismo acessível.

Em 2009 realizou-se em Viena, Áustria, a segunda conferência internacional. As discussões temáticas visaram (i) as novas tendências e desenvolvimentos na área do turismo acessível, (ii) os novos desafios e (iii) perspetivas que se colocam na exploração de oportunidades no turismo para todos. No ano seguinte, realizou-se em Espanha a terceira conferência, que tinha como principais temas de debate o aumento da consciência por parte da indústria do turismo para a necessidade de estabelecer diretrizes claras para a acessibilidade universal; demonstrar ao sector do turismo a rentabilidade do turismo para todos; difundir exemplos de boas práticas em turismo para todos, entre outros.

Em Portugal, o I Congresso Nacional de Turismo Acessível realizou-se em 2007 na Lousã, tendo como promotores a Câmara Municipal da Lousã, a Provedoria Municipal, o Instituto Nacional para a Reabilitação (INR), a Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC), a Direção Regional de Economia do Centro (DRE - Centro), a Associação para a Recuperação dos Cidadãos Inadaptados da Lousã (ARCIL) e a Associação de Desenvolvimento do Ceira (Dueceira). Como resultado deste, e em parceria com a Universidade de Aveiro, os diversos temas debatidos, bem como a perceção do estado da arte do turismo acessível, foram compilados numa edição especial da Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D). Mais recentemente, em Novembro de 2010, o Instituto Superior de Ciências Educativas, e em conjunto com a Câmara Municipal de Odivelas, realizaram as Jornadas de Turismo 2010 com o tema: “Turismo Acessível: Estudos e Experiências”, que pretendeu alertar para as dificuldades sentidas na indústria turística por parte dos diferentes segmentos com necessidades especiais. À semelhança do que sucedera no I Congresso Nacional emergiu desta iniciativa um livro que compilou um conjunto de artigos científicos acerca de questões relacionadas com o turismo acessível.

### 3.3 Conceito de turismo acessível

Os cidadãos com mobilidade reduzida, com plenos direitos de participação no panorama social de uma qualquer comunidade, procuram no turismo uma forma de se desenvolverem como pessoas (Buhalis *et al.*, 2005; Darcy, Cameron, Dwyer, *et al.*, 2008; Darcy & Dickson, 2009; Devile, 2009; Kastenholtz, Eusébio, Moura, & Figueiredo, 2010; Moura & Kastenholtz, 2010; Ozturk *et al.*, 2008; Packer *et al.*, 2007; Packer, Small & Darcy, 2008; Richards, Pritchard & Morgan, 2010), devido ao seu desejo e direito de viajar (Carneiro, Eusébio, Kastenholtz & Avelos, 2010; Guerra, 2003; Moura & Kastenholtz, 2010; Packer *et al.*, 2007, 2008), bem como à necessidade de socialização, descanso, desenvolvimento de competências pessoais, bem-estar social e vivência de novas experiências, que lhes transmita uma maior qualidade de vida (Carneiro, 2010; Devile, 2009; Guerra, 2003; Kastenholtz *et al.*, 2010).

A aplicação de toda uma legislação específica para a integração deste segmento no sistema turístico, e uma mudança de mentalidades e comportamentos por parte da oferta e da procura turística (Darcy & Dickson, 2009), fez com que emergisse uma nova área de estudo (Darcy, 2010a) a que os especialistas e estudiosos designam de Turismo Acessível, ou Turismo para Todos.

São escassos os autores cujas pesquisas têm um enfoque principal na conceptualização científica do conceito “Turismo Acessível” ou “Turismo para Todos” (Darcy, 2010a). Contudo, existem já diferentes vertentes – social, económica, ambiental, política e cultural – deste conceito. No Quadro 3.1 encontram-se algumas das definições presentes na literatura, bem como os autores que as delimitaram, a vertente que abordam e a perspetiva em que se inserem.

Quadro 3.1 - Conceptualização do termo Turismo Acessível

Definição	Autores	Vertente	Perspetiva
“Reconhece que qualquer pessoa deve poder usar os equipamentos e serviços turísticos, e que é necessário proporcionar uma oferta de serviços e atividades orientada para os gostos e preferências de pessoas que tenham um conjunto de limitações a que podem corresponder necessidades e exigências diferentes de outros segmentos da procura.”	Devile (2009); Devile, Kastenholtz & Santiago (2010)	Económica Social	Procura
“Conjunto de serviços e infraestruturas capazes de permitir às pessoas com necessidades especiais apreciar as suas férias e tempos de lazer sem	Darcy (1998); English Tourism Council (2000) <sup>7</sup>	Social Cultural	Oferta

<sup>7</sup> Citado por Kastenholtz, Carvalho, Pinho e Azevedo (2009)

barreiras ou problemas particulares.”

<p>“É considerado uma forma do turismo social, pois procura vencer obstáculos que impedem um indivíduo de exercer o seu direito de fazer turismo, de viajar, de conhecer outras regiões e países, sendo este um direito considerado universal.”</p>	<p>Parecer Comité Económico e Social Europeu sobre o “Turismo Social na Europa”<sup>8</sup></p>	<p>Social Ambiental</p>	<p>Procura</p>
<p>“Processo de capacitar as pessoas com deficiência e idosos a deslocar-se de forma independente, com equidade e dignidade através da oferta de bens, serviços e ambientes turísticos universais.”</p>	<p>Darcy (2006); Darcy Cameron, Pegg, <i>et al.</i> (2008); Darcy &amp; Dickson (2009)</p>	<p>Social Ambiental Económica</p>	<p>Procura</p>
<p>“Sendo o produto turístico um conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades, oferecido de forma organizada e por um determinado preço, o produto “Turismo Acessível” é, portanto, a possibilidade e condição da pessoa com deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico.”</p>	<p>Associação para a Valorização de Pessoas com Deficiência (2009)</p>	<p>Social Económica Ambiental Cultural</p>	<p>Oferta</p>
<p>“Uma forma de turismo que planeia, desenha e desenvolve atividades turísticas de lazer e de tempo livre, de modo a que possam ser desfrutados por todas as pessoas independentemente das suas condições físicas, sociais ou culturais.”</p>	<p>Casas (2004)</p>	<p>Cultural Social</p>	<p>Oferta</p>
<p>“Todas as pessoas – independentemente de terem ou não alguma deficiência – quando o desejarem, devem ser capazes de viajar para o país ou para fora deste, bem como para qualquer lugar de uma atração, ou evento”.</p>	<p>Conselho Nórdico sobre Deficiência Política<sup>9</sup></p>	<p>Social</p>	<p>Procura</p>
<p>“Tem em conta a complexidade do sistema turístico, e as numerosas relações que se estabelecem dentro e fora dele. Isto implica que a acessibilidade deverá ser integrada em toda a cadeia de serviços, nomeadamente no planeamento, na prestação de informações, no transporte, no alojamento, nas atrações, etc.”</p>	<p>ENAT</p>	<p>Ambiental Política</p>	<p>Oferta</p>
<p>“Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as</p>	<p>Darcy (2010a); Darcy <i>et al.</i> (2010); Darcy &amp; Dickson (2009)</p>	<p>Social Económica Ambiental</p>	<p>Procura</p>

<sup>8</sup> Citado por Kastenholz et al. (2009)

<sup>9</sup> Citado por Tourism Review (2008, p. 43)

“pessoas, incluindo aqueles que viajam com crianças em carrinhos de bebé, pessoas com deficiência e idosos.”

Fonte: elaboração própria

As diferentes definições apresentadas expõem pontos em comum, nomeadamente o facto de o turismo acessível abranger três principais grupos do sistema turístico (Neumann & Reuber, 2004): (i) o fornecedor de produtos, visto como agente central para a satisfação das necessidades específicas dos consumidores antes, durante e após a viagem; (ii) o utilizador dos produtos, enquanto alvo da oferta turística; e (iii) a força política, segundo a forma de grupo do sistema turístico que, e embora presente nas definições de forma subentendida, devido às suas especificidades e à sua ação, demonstra ser uma máquina primordial para a implementação de diretrizes que permitam o bom funcionamento de toda uma sociedade inclusiva, através de exigências legais, incentivos ao investimento privado e público (Neumann & Reuber, 2004).

O correto entendimento destas três partes permitirá que sejam adotadas estratégias e delimitados programas turísticos que, assentes nos pontos base das definições apresentadas, beneficiarão todo o sistema turístico. Para tal, começa a ser necessário consciencializar toda esta panóplia de agentes e participantes para o verdadeiro significado do turismo acessível, bem como para as suas reais implicações.

O grupo de consumidores, e como referem algumas definições, não abrange apenas parte de um nicho de mercado específico que é o das pessoas com mobilidade reduzida (Moura & Kastenholtz, 2010; Vlaanderen, 2001). Esta ideologia vai ao encontro do abordado no capítulo anterior, em que se refere que a acessibilidade e mobilidade não são apenas conceitos inerentes às pessoas com incapacidade, mas sim a todos aqueles que por um determinado motivo necessitam de cuidados diferenciados. Notem-se as definições mais recentes, como é o caso das apresentadas por Darcy (2010a); Darcy *et al.* (2010); Darcy e Dickson (2009), Devile (2009) e Devile *et al.* (2010), em que o enfoque é mais abrangente no que diz respeito ao mercado a atingir.

Turismo acessível deverá, então, ser conceptualizado como um tipo de turismo que tem em conta a necessidade e premência de dar resposta a pessoas com incapacidades físicas, sensitivas, intelectuais, ou outras (Kastenholtz *et al.*, 2009), que em determinado contexto se encontrem em condições peculiares de saúde, idade ou situação familiar, requerentes de cuidados especiais temporários ou permanentes (Darcy, 2010b; Kastenholtz *et al.*, 2009, 2010).

Denote-se que as definições apresentadas são maioritariamente pelo lado da procura turística. Isto denota a falta de investigação que ainda impera no que diz respeito à oferta turística. Embora haja estudos científicos nesta área, há ainda um longo caminho a percorrer para se conseguir delimitar um cenário de destino totalmente acessível. Esta perceção permite

corroborar a ideologia que Devile (2009, p. 41) defende ao mencionar que o turismo acessível deve ser pensado e trabalhado primeiramente no quadro da oferta turística do destino, procurando tornar os espaços mais acessíveis, bem como os edifícios, atrações e eventos, para que se consiga dar resposta ao segmento de mercado do turismo acessível.

### 3.4 Conceptualização de destino acessível

A literatura especializada na área do turismo desenvolveu, até à atualidade, um conjunto de diferentes modelos de conceção e desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis, como é o exemplo dos modelos conceptualizados por autores como Mill & Morrison (1985) e Inskip (1991). Estes possibilitam avaliar a evolução espaço-temporal de um determinado destino, bem como delimitar estratégias/programas concretos e realizáveis a médio e longo prazo.

Contudo a conceção de um destino acessível vai mais além do simples desenvolvimento de um espaço sustentável, pois integra uma complexa interdependência dos múltiplos atores, bem como dos recursos mais específicos e complexos deste (Kastenholz, Eusébio, Figueiredo & Lima, 2012)

Alguns autores, cientes deste importante passo evolutivo, delinearem então modelos teóricos que possibilitam desenvolver destinos turísticos especificamente mais acessíveis, e sustentáveis ao mesmo tempo, assentes numa política de igualdade de experiências, e influenciados por fatores externos e internos (Kastenholz *et al.*, 2012).

Segundo uma visão global das teorias apresentadas pelos estudiosos, para que se consiga a plena realização, emprego e sustentabilidade da prática do turismo acessível, e para que um destino consiga ser, face a outros, mais atrativo, é imprescindível a adoção e desenvolvimento de medidas concretas, com visão nas experiências turísticas, ajustadas a princípios base como os do 'Desenho Universal', abordados no capítulo anterior (Buhalis *et al.*, 2005; Darcy, 2006; Darcy, Ambrose, Schweinsberg & Buhalis, 2011; Darcy *et al.*, 2010; Darcy & Dickson, 2009; Darcy & Pegg, 2011; Montes & Aragall, 2009). Através da sua aplicação, as barreiras à participação em turismo podem ser removidas, permitindo uma absoluta utilização por parte dos visitantes, independentemente do seu nível funcional (Buhalis *et al.*, 2005). Só assim se alcançará uma maior sustentabilidade social, e, conseqüentemente, uma melhoria na qualidade de vida dos indivíduos (Darcy, 2006; Darcy *et al.*, 2011; Darcy *et al.*, 2010; Darcy & Dickson, 2009; Darcy & Pegg, 2011).

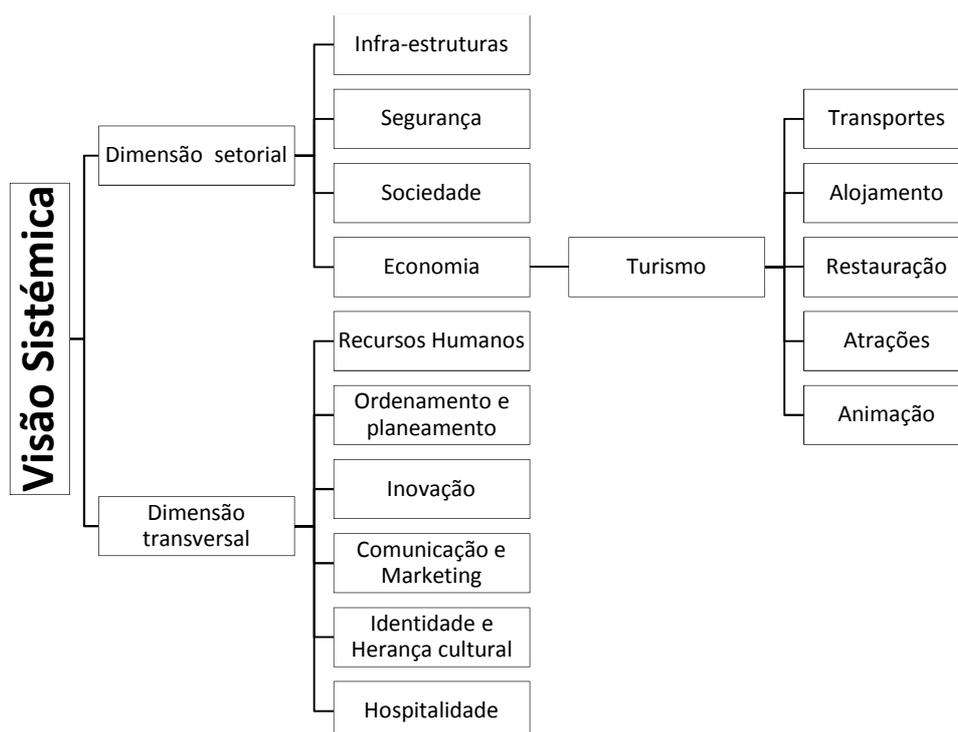


Figura 3.2 - A visão sistémica de um destino acessível segundo a dimensão setorial e transversal

Fonte: Adaptado de Fontes e Monteiro (2009, p. 64)

Contudo, e para que um destino seja totalmente acessível, importa que os autores englobem, nos seus estudos, uma perspetiva sistémica face ao território, que envolva todo o sistema turístico, e onde sejam consideradas as suas dimensões sectoriais e transversais (Darcy & Dickson, 2009). Assim, e numa fase posterior, as entidades responsáveis terão uma base teórica sustentada, capaz de contribuir para minimizar o efeito negativo da descoordenação entre os diferentes atores turísticos.

Fontes e Monteiro (2009, p. 64) demarcam no seu estudo as áreas de atuação que integram as duas dimensões referidas, e que devem ser tidas em conta aquando a acessibilização turística (Figura 3.2). Na dimensão setorial, os autores dão importância aos sectores: infraestrutura, segurança, sociedade e economia onde está inserido o turismo. Na dimensão transversal encontram-se os recursos humanos, a hospitalidade, a inovação, o ordenamento e planeamento, a identidade e herança cultural, e a comunicação e marketing, que, pelas suas características, demonstram ser fatores importantes para a procura aquando o processo de tomada de decisão

Toda esta visão sistémica permite que os organismos e agentes responsáveis pelo desenvolvimento de um destino acessível, ao considerarem toda a cadeia de valor da indústria turística (Devile, 2009), tenham em mente quatro fases evolutivas (Montes & Aragall, 2009, p. 143): (i) tomada de consciência, em que é despertado o interesse da oferta turística; (ii) conceção, onde são delimitados objetivos e criados programas de intervenção; (iii) desenvolvimento e fortalecimento, em que se procede à adaptação dos edifícios já existentes e à criação de outros complementares, em conjunto com o fornecimento de serviços especializados; (iv) e, por fim, a diferenciação e consolidação, onde está disponível para o visitante uma cadeia de serviços de qualidade que permite a diferenciação face a outros destinos.

Ao longo das fases descritas, os intervenientes devem estar diligentes para o real panorama do destino que pretendem tornar acessível. Segundo Neumann e Reuber (2004, p. 37), este é um fator determinante pois “os cenários de desenvolvimento variam de acordo com o atual nível de acessibilidade no destino e em que medida os conceitos de turismo acessível são aplicados”. Estes mesmos autores, no seguimento do seu pensamento, conceptualizam o tipo de cenário que cada destino pode enfrentar: (i) cenário de inatividade, em que o destino não quer dar resposta ao segmento de mercado do turismo acessível, perdendo assim quota de mercado; (ii) cenário de adaptação, onde os atores da oferta começam a fazer pequenos investimentos de forma a satisfazer a procura; e (iii) cenário de prioridade, em que todo o destino realiza os investimentos de acordo com o planeamento estratégico assente no segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida, e desenvolve equipamentos, serviços e infraestruturas que permitem aumentar a procura pelo destino.

Para que um destino alcance a sustentabilidade e competitividade assente num contexto de acessibilidade (Figura 3.3), é necessário a envolvimento e o equilíbrio de interesses, e de responsabilidades, dos vários agentes de todo o sistema: população de acolhimento, comunidade empresarial, governo e visitantes (Darcy & Dickson, 2009). A rede estabelecida entre eles deverá primeiramente perceber o cenário de desenvolvimento em que o destino se encontra para que se adotem medidas assentes nas diretrizes do ‘Desenho Universal’. Assim, e tendo sempre em mente os diferentes tipos de incapacidade, os agentes deverão remover barreiras que coloquem em causa os princípios da independência, equidade e dignidade inerentes aos visitantes com mobilidade reduzida.

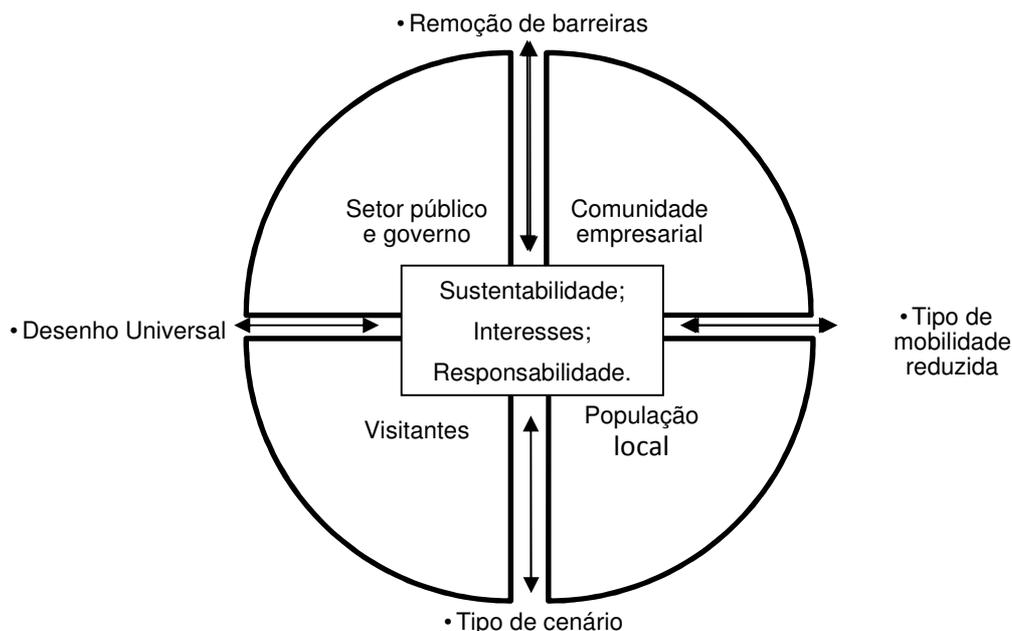


Figura 3.3 - Gestão sustentável de um destino acessível

Fonte: elaboração própria com base em Darcy e Dickson (2009); Neumann e Reuber (2004)

A visão que os atores da oferta turística possuem acerca de um destino acessível terá que abranger toda a experiência turística global, ou seja, estes deverão “apostar na transversalidade de todas as componentes da oferta” (Devile, 2009, p. 43), tendo em conta os impactos da adoção do turismo acessível para a economia, ambiente e sociedade desse destino.

Buhalis *et al.* (2005), na sua investigação, adaptam o modelo do sistema turístico definido por Leiper à conceção de um destino acessível de qualidade, capaz de dar resposta às necessidades de acessibilidade sentidas por toda a população local e por todos os segmentos de mercado (Figura 3.4). Moura e Kastenholtz (2010, p. 229) corroboram esta adaptação e afirmam que o destino deve ser acessível para todas as pessoas, mesmo aquelas que, sem problemas de mobilidade, poderão preferir um destino em que se movimentarão com maior facilidade e sem barreiras, como é o exemplo de pais com carrinhos de bebés. Em conjunto, todos os atores do sistema, representados na Figura 3.4, deverão unir forças para que a acessibilidade impere em todo o caminho, que começa no ambiente habitual do visitante e acaba no território de chegada.

Darcy, nos diferentes estudos que realizou, alguns deles com outros estudiosos, vai ao encontro do que estes autores defendem, ao designar de “Mercados de Fácil Acesso” esta perspetiva de integração global no destino. Esta conceptualização definida pelo autor tem por base um outro conceito, o de caminho contínuo, que é definido como uma trajetória ininterrupta

ao longo da viagem, na visita a um edifício/lugar de interesse turístico, bem como a todas as instalações de apoio (Darcy & Dickson, 2009).

Todo este idealismo está assente nas diversas definições de turismo acessível, previamente apresentadas.

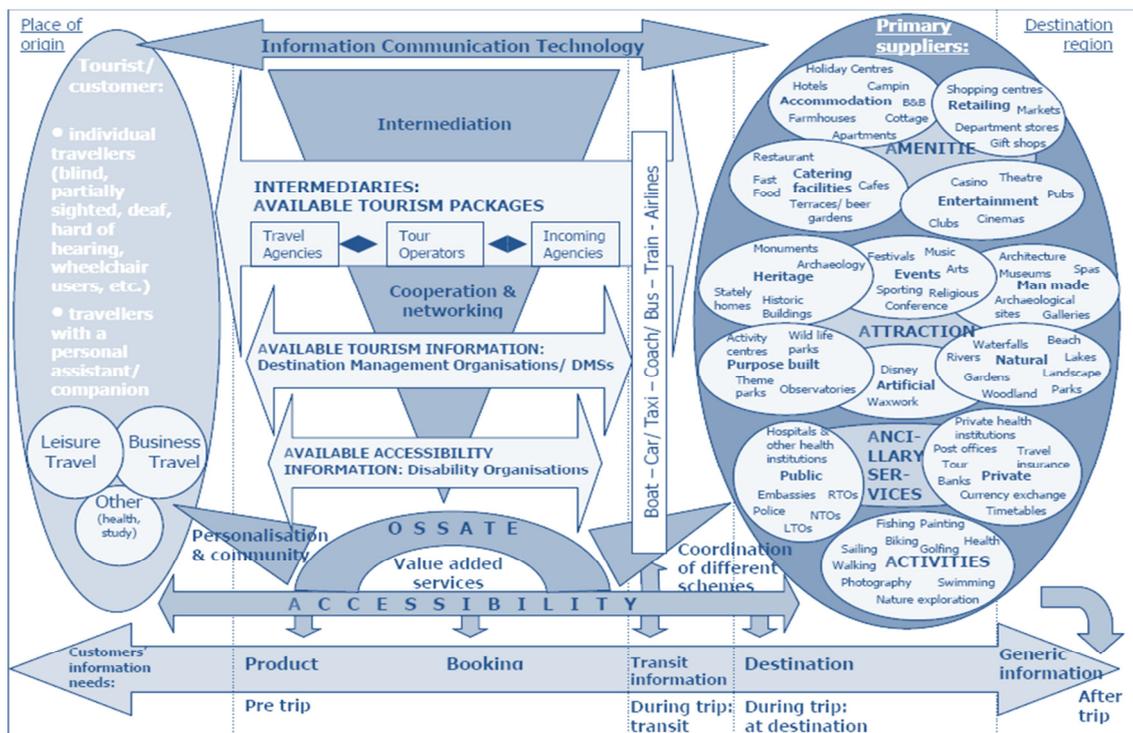


Figura 3.4 - O sistema turístico e a acessibilidade

Fonte: Buhalis *et al.* (2005, p. 19)

Ao analisar a Figura 3.4, poder-se-á inferir que os visitantes devem ser apoiados ao longo de toda a viagem (antes, durante e depois), através da criação de percursos acessíveis em todo o sistema turístico, recolha e divulgação de informações completas e precisas sobre o acesso a esse mesmo sistema (Buhalis *et al.*, 2005). Para tal, torna-se importante, e necessário, a aquisição de conhecimento acerca das características do mercado, do seu perfil e heterogeneidade, e dos recursos e potencialidades dos destinos (Moura & Kastenholtz, 2010). É referente a esta última premissa que as autoras Kastenholtz *et al.* (2012) delimitaram, na sua investigação ao caso específico da Lousã, uma abordagem metodológica de desenvolvimento de destino acessível assente em três fases processuais evolutivas, com base em diferentes técnicas de recolha de dados, e segundo várias fontes de informação, métodos e perspetivas. A sua contribuição para este capítulo está assente no fato de este ser um modelo ao qual os gestores de um destino potencialmente acessível podem recorrer para dar resposta ao segmento de mercado do turismo acessível.

Assente numa revisão da literatura relevante na área do turismo acessível, as autoras defendem a aplicabilidade de entrevistas no decorrer das várias fases. A primeira fase destina-se a compreender as necessidades dos visitantes com mobilidade reduzida, as suas preferências, o seu comportamento ao longo da sua estada, e os constrangimentos à participação em atividades turísticas, através do uso de técnicas de recolha de informação pertinente para obter os dados pretendidos. A fase seguinte, desenvolvimento conceptual, tem como finalidade a delimitação de um conjunto de fatores críticos, aquando a conceção e implementação de experiências turísticas acessíveis, que poderão colocar em causa o sucesso do plano de desenvolvimento. Por outro lado, permite delimitar políticas concretas de interesse, quer para o destino, quer para o segmento dos visitantes com mobilidade reduzida. Neste estágio do processo poderão ser abordados casos de boas práticas, nacionais e internacionais, que sustentarão as decisões tomadas. Por fim, a terceira fase destina-se à verificação e avaliação das propostas de atividades de turismo relativas aos produtos acessíveis.

Na Figura 3.5 estão expressos os diferentes *stakeholders* que devem ser englobados ao longo das três fases. De referir que os representantes locais, pelo conhecimento que detêm, estão presentes ao longo de todo o processo metodológico.

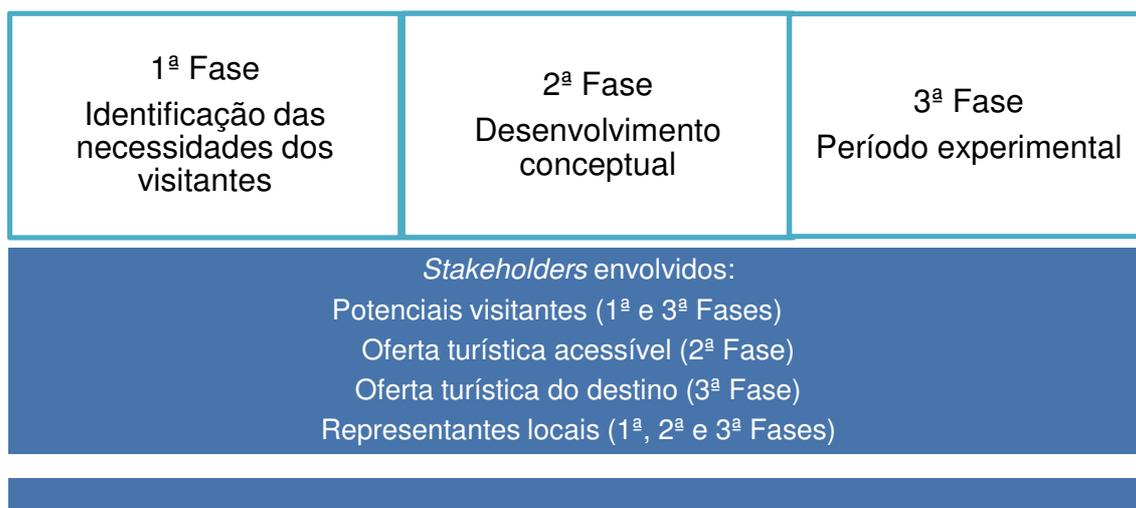


Figura 3.5 – Modelo metodológico para o desenvolvimento de um destino turístico acessível

Fonte: Adaptado de Kastenholz *et al.* (2012)

Contudo, os destinos são uma amálgama de produtos turísticos, que oferecem uma experiência integrada aos consumidores (Buhalis, 2000), e a perceção que estes possuem acerca deste, quer seja ele acessível ou não, é influenciada pela imagem que detêm deste, podendo derivar tanto da identidade do destino como das estratégias de marketing dos atores locais (Gartner, 1989, citado por Manente & Minghetti, 2006, p. 231). Por outro lado, o seu posicionamento na mente do turista é afetado por estímulos exógenos, tais como os meios de

comunicação, líderes de opinião, passa-palavra, entre outros (Um & Crompton, 1990, citado por Manente & Minghetti, 2006, p. 231).

Assim, a ponte entre a conceção de um destino acessível e a divulgação deste junto do mercado-alvo é conseguida através de uma estratégia de marketing bem delimitada. Esta surge como uma ferramenta de extrema importância, devendo ser usada, não como um instrumento de vendas, mas como um mecanismo estratégico que vise atingir os objetivos de um destino, em coordenação com o planeamento e gestão (Buhalis, 2000), ajudando assim a controlar o poder das forças comerciais massivas, bem como as influências governamentais e de regulamentação (Middleton *et al.*, 2009).

Contudo, desenvolver uma estratégia de marketing para um determinado destino é um processo complexo, devido não só à existência de diferentes *stakeholders*, mas também à convergência de princípios (Buhalis, 2000). Torna-se então importante compreender o destino segundo uma perspetiva sistémica, como referido anteriormente, de forma a planear estratégias e ações precisas de promoção (Manente & Minghetti, 2006), por forma a maximizar o marketing de destinos.

A fim de melhor se compreender o papel do marketing para um destino, Middleton *et al.* (2009) delimitam um conjunto de ligações restritas que se estabelecem entre a procura do mercado (gerada nas áreas de origem) e a oferta do produto (nos destinos visitados), ao nível dos cinco sectores (sector do alojamento/restauração/centros de conferência, sector das atrações/eventos, sector dos transportes, sector dos organizadores das viagens/intermediários e o sector da organização do destino – as DMOs – Organizações de Gestão do Destino), para que a procura dos visitantes possa ser gerida através de um conjunto de influências do marketing (Figura 3.6). Este modelo é facilmente transcrito para o lado da acessibilidade, pois uma boa estratégia de marketing assente na ótica da integração e com base nos princípios do desenho universal, aliada às cinco ligações sistémicas entre a procura e a oferta, permite concretizar o que até ao momento tem sido reiterado: a massificação da acessibilidade no destino.



Figura 3.6 - Ligações sistemáticas entre a procura e a oferta: a influência do marketing  
 Fonte: adaptado de Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod (2009)

Toda a influência do marketing deriva da intensificação da competição entre destinos turísticos e do crescente reconhecimento deste como estratégia indispensável para o turismo. Esta consciencialização tem levado à evolução do marketing de destinos turísticos (Blumberg, 2005), entendido como “planeamento estratégico orientado para o mercado” (Kotler *et al.* 1993, citado por Blumberg, 2005, p. 46).

Assente nesta ideologia, e segundo Buhalis (2000, p. 97), o marketing de destinos, para além de possibilitar a adoção de uma política de turismo, que deverá ser coordenada com o plano estratégico de desenvolvimento regional, deverá, também, estar orientado para a otimização dos impactes do turismo e para a maximização dos benefícios, quer da região, quer dos visitantes que a procuram. É visto como um conceito inter-relacionado, apesar de distinto, com o de gestão de destino (relativo às competências governamentais, e às funcionais - planeamento, organização e controlo das atividades de negócio -, normalmente desempenhadas pelo sector público) (Manente & Minghetti, 2006, p. 230), e tem o seu enfoque na criação de “consciência”, promoção de produtos e serviços, comunicação, criação de uma imagem de marca e desenvolvimento de redes, através de variados meios e ferramentas de comunicação de mercado (Mathew, 2009) (Figura 3.7).

Deste modo, as estratégias de marketing adotadas por um destino potencialmente acessível ajudam a realçar o serviço prestado através da diferenciação dos seus produtos relativamente aos dos seus competidores, ou seja, colocam o enfoque na vantagem competitiva do destino, e desenvolvem e posicionam o destino na mente dos consumidores (Mathew, 2009).

Assim, o sucesso depende da capacidade que este tem em disponibilizar uma ampla gama de serviços e instalações de qualidade durante toda a viagem de um visitante, em especial na cadeia de serviços turísticos (Neumann & Reuber, 2004; Buhalis *et al.*, 2005), concentrando-se nos requisitos específicos de diferentes segmentos de mercado com o uso de estratégias de marketing de destino bem delimitadas (Buhalis & Michopoulou, 2010). Por outro lado, o destino deverá ainda integrar os interesses turísticos da oferta, bem como outros interesses territoriais, a fim de se oferecerem soluções mais integradas de acessibilidade turística (Fontes & Monteiro, 2009).

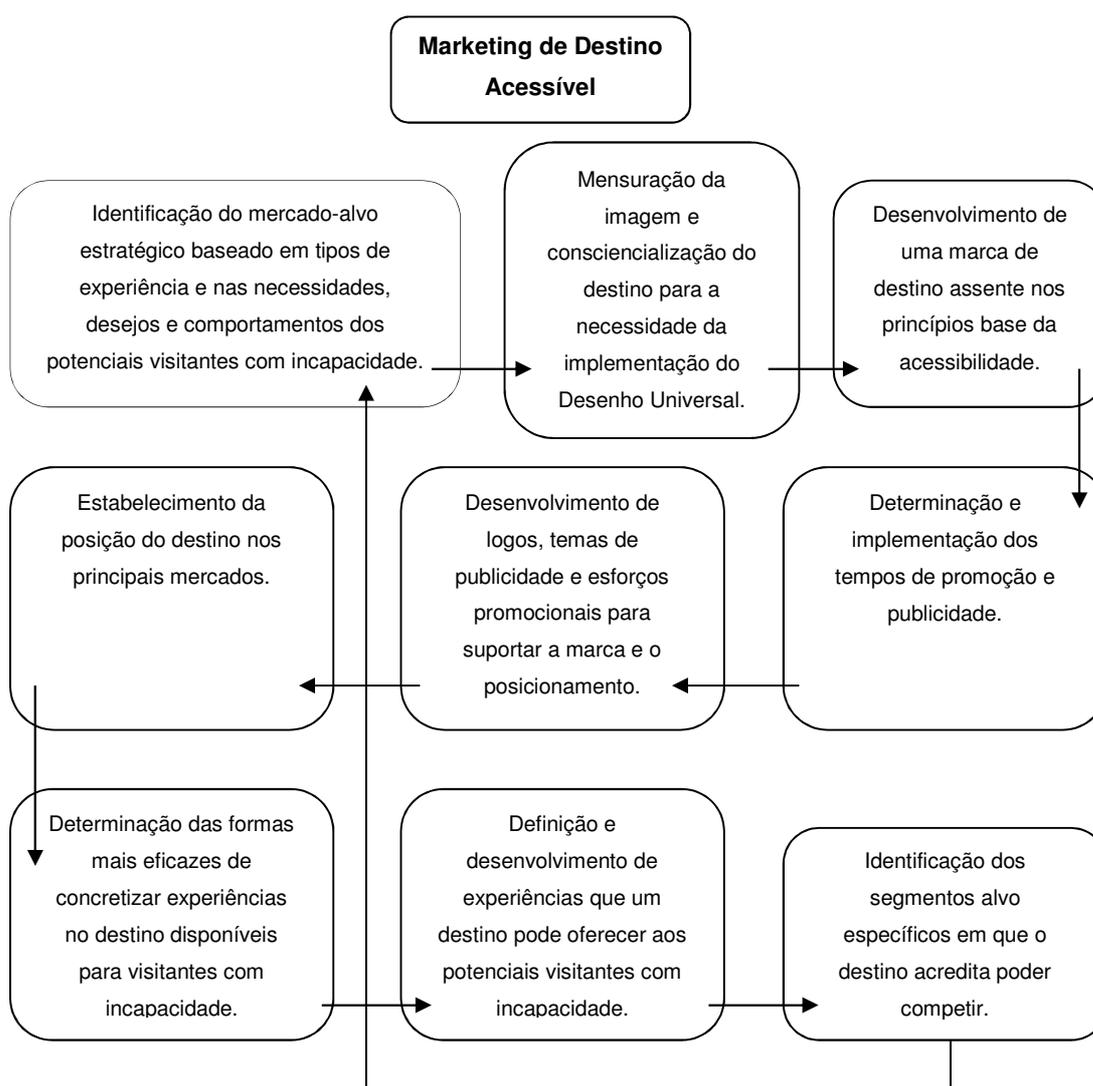


Figura 3.7 – Elementos do marketing de destino acessível

Fonte: adaptado de Ritchie & Crouch (2003)

Em suma, e de acordo com Darcy, Cameron, Dwyer, *et al.* (2008, p. 24), a existência, promoção e desenvolvimento do turismo acessível é, além de uma questão de convergência de necessidades e interesses, uma questão de convergência de competências.

Contudo, parte da oferta turística, bem como alguns dos responsáveis governamentais, tem ignorado o real valor da adoção de uma estratégia assente no turismo acessível (Darcy, 2010a; Ghijssels, 2012) e, conseqüentemente, deixado de lado o seu principal papel: o de prestar serviços que vão ao encontro das necessidades dos visitantes.

Vários autores defendem que esta ideia se deve à incapacidade que estes têm em se adaptar aos vários segmentos de mercado que necessitam de cuidados especiais, bem como ao baixo cumprimento dos requisitos mínimos de acessibilidade (Darcy, Cameron, Dwyer, *et al.*, 2008; Ghijssels, 2012; Silva, 2009).

Face a esta realidade, torna-se imprescindível que a plena participação em turismo seja um acontecimento contínuo ao longo da vida de um visitante com mobilidade reduzida. Através de uma pirâmide, Neumann e Reuber (2004, p. 33) apresentam os diferentes níveis de acessibilidade em que a oferta turística se pode enquadrar (Buhalis *et al.*, 2005), ou seja, a totalidade do mercado de equipamentos turísticos acessíveis numa determinada região (Neumann & Reuber, 2004). Permite ainda perceber qual a relação existente entre o volume de investimentos, o grau de acessibilidade e o número de prestadores e beneficiários (Neumann & Reuber, 2004). Na base encontra-se o que os autores designam de “mente aberta e consciencialização”. Nesta fase, os níveis da procura turística ainda são baixos, bem como o investimento realizado. Segue-se a fase da “disponibilização de informação”, bastante importante para quem usufrui do turismo acessível, como se comprovará mais à frente. “Instalações pragmáticas” é o nível seguinte, seguindo-se de “instalações diferenciadas” e, por fim, “instalações personalizadas”, em que um pequeno número de estabelecimentos faz grandes esforços para oferecer instalações que vão ao encontro das necessidades das pessoas com mobilidade reduzida.

No entanto, os agentes da oferta turística que já se encontram no terceiro nível de acessibilidade, ao decidirem avançar para os dois últimos níveis não deverão focar a sua política apenas nas suas instalações físicas. A acessibilidade deverá ser transversal aos serviços prestados por estes (Buhalis *et al.*, 2005; Darcy *et al.*, 2010; Vlaanderen, 2001), para que a experiência turística global seja igualitária a todos os visitantes, tendo sempre como base de reflexão a igualdade de experiências. Yau *et al.* (2004) vão ao encontro desta ideologia ao afirmar, ao longo do seu estudo, que a acessibilidade a um destino é mais do que uma questão de acesso. Os autores defendem que esta passa também pela questão ambiental, pela promoção de experiências positivas e pela progressão gradual, até que a procura potencial dos turistas com mobilidade reduzida se torne procura efetiva.

Em resumo, e considerando a afirmação de Devile, Garcia, *et al.* (2010, p. 8), “tornar mais acessível o destino permite uma extensão de valências que poderá melhorar a competitividade do destino, aumentando a sua procura turística potencial”.

### 3.5 O papel do Estado

Os investigadores que recentemente têm abordado na literatura especializada as novas formas de estar e organizar os espaços territoriais, defendem que o desenvolvimento de um destino turístico só é possível se este possuir uma boa governança que adote políticas eficazes, corretas e adaptadas ao destino.

Segundo Moscardo (2011, p. 67), a governança diz respeito aos meios pelos quais as relações entre os diferentes atores de um sistema são reguladas. Esta, baseada em princípios democráticos, deve maximizar a eficiência das políticas adotadas.

Devido ao crescente interesse na governança em geral, e ao aumento das preocupações referentes à sustentabilidade do turismo como um fenómeno social e económico (Moscardo, 2011), Costa (2012) defende que o desenvolvimento de um determinado destino turístico, assente numa boa governança, deverá estar estritamente ligado: (i) à economia, nomeadamente com a criação de redes que permitam o desenvolvimento local através do uso racionalizado do financiamento disponível; (ii) ao território, gerido com criatividade, assente na economia das experiências; (iii) e aos atores, que segundo uma perspetiva de capital humano, e através de novas estruturas organizacionais assentes em redes que transmitam informação e conhecimento, são envolvidos através da inovação social.

Assim, a governança, enquanto parte importante e responsável pela tomada de decisões na indústria do turismo (Moscardo, 2011), deve ter em conta todo o sistema jurídico-institucional, ou seja, a regulamentação de leis que defendam os interesses em causa e que estabeleçam um quadro de normas jurídicas que estimulem a inovação e a criatividade, favorecendo o desenvolvimento do turismo acessível (Cunha, 2003).

Face a esta conceptualização, para que a maximização dos serviços prestados, bem como das condições de acessibilidade e mobilidade na oferta turística sejam eficazes, é fundamental o envolvimento das entidades governamentais (Buhalis *et al.*, 2005) ao nível da dimensão sectorial e transversal defendida por Fontes e Monteiro (2009), bem como na fase de conceção e desenvolvimento de um destino acessível (Montes & Aragall, 2009), no sentido de serem criadas diretrizes legislativas para o correto funcionamento do sistema social.

Como menciona Kastenholz *et al.* (2012, p. 373), o setor público possui um papel central no desenvolvimento de destinos turísticos acessíveis, nomeadamente no que se refere a domínios ligados à acessibilidade física a espaços públicos, à provisão de informação acerca dos

agentes da oferta e à implementação de normas ligadas às infraestruturas. Para as autoras, estes são domínios que um Estado deve ter em conta aquando da gestão de um território potencialmente turístico, e com características favoráveis à aplicabilidade dos princípios do ‘Desenho Universal’.

Teles (2009, p. 36) destaca a importância do papel das entidades locais e regionais como figuras representativas do Estado e com poder de mudança ao nível (i) da intervenção no território, (ii) da mudança de mentalidades, (iii) da criação de parcerias de intervenção, e (iv) na correção de processos, por forma a remover as imobilidades que desenham as cidades do presente.

Ao nível Europeu, mais concretamente através do Conselho Europeu, foi aprovado, a 26 de Novembro de 2009, uma decisão, designado de “Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência”, que se propunha “proteger e assegurar o usufruto pleno e equitativo, por parte das pessoas com mobilidade reduzida, de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais, bem como promover o respeito pela sua inerente dignidade” (Decisão da Comissão Europeia 2010/48/EC, 2009). No caso específico português, o Estado promulgou dois decretos-lei, já abordados no capítulo anterior, que convergem para o princípio primordial: a promoção da acessibilidade.

Todos estes diplomas legais, devido às suas diretrizes, têm efeitos diretos no turismo acessível, em particular para a orientação dos diferentes atores da oferta turística, como especificado no Quadro 3.2, e permitem que estes obtenham linhas orientadoras para a conceção inicial de um produto, equipamento ou instalação acessível. Kastenholtz *et al.* (2010, p. 175) referem que a promulgação desta legislação constituiu uma contribuição significativa para aumentar a sensibilização e a efetiva criação de oportunidades para que as pessoas com mobilidade reduzida possam ter um maior acesso a atividades turísticas.

De salientar que não existe, no presente, um diploma legal específico para o turismo, mas sim um conjunto de artigos que permitem a adaptação, por exemplo, de vias públicas, edifícios e estabelecimentos em geral, que podem ser adaptados para que a indústria seja mais inclusiva.

Quadro 3.2 - Legislação com implicações diretas e indiretas para o turismo acessível

Decreto-Lei	Área de intervenção em termos de acessibilidade em espaços com interesse para o turismo
Decreto-Lei n.º 123/1997, de 22 de Maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Igrejas e outros edifícios destinados ao exercício de cultos religiosos (Art.º 2.º);</li> <li>• Museus, teatros, cinemas, salas de congressos e conferências e bibliotecas públicas (Art.º 2.º);</li> <li>• Edifícios ou instalações destinados a atividades recreativas e socioculturais (Art. 2.º);</li> <li>• Instalações desportivas (Art.º 2.º);</li> <li>• Espaços de recreio e lazer (ex.: jardins, praias, parques de diversões) (Art.º 2.º);</li> <li>• Estabelecimentos hoteleiros, meios complementares de alojamento turístico (Art.º 2.º).</li> </ul>

<b>Decreto-Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoio específico a visitantes com necessidades especiais (Art.º 59.º, alínea 1);</li><li>• Promoção de condições de igualdade no usufruto cultural (Art.º. 59.º, alínea 2).</li></ul>
<b>Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 228/2009, de 14 de Setembro</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• As condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção dos empreendimentos turísticos devem cumprir as normas técnicas previstas no Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de Agosto (Art.º 6.º, alínea 1);</li><li>• Todos os empreendimentos turísticos, com exceção dos empreendimentos de turismo de habitação e empreendimentos de turismo no espaço rural, devem dispor de instalações, equipamentos e, pelo menos, de uma unidade de alojamento, que permita a sua utilização por utentes com mobilidade reduzida (Art.º 6.º, alínea 2);</li></ul>
<b>Decisão da Comissão Europeia 2010/48/EC</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reconhece-se o direito das pessoas com deficiência a participar em pé de igualdade com os outros na vida cultural. Serão tomadas todas as medidas apropriadas para assegurar que as pessoas com deficiência (Art.º 30.º, alínea 1):<ul style="list-style-type: none"><li>○ Tenham acesso a materiais culturais em formatos acessíveis (Art.º 30.º, alínea 1a);</li><li>○ Tenham acesso a programas de televisão, cinema, teatro e outras atividades culturais, em formatos acessíveis (Art.º 30.º, alínea 1b);</li><li>○ Tenham acesso a locais que ofereçam serviços ou eventos culturais, como teatros, museus, cinemas, bibliotecas e serviços turísticos, e, na medida do possível, a monumentos e locais de importância cultural nacional (Art.º 30.º, alínea 1c).</li></ul></li><li>• Serão adotadas medidas adequadas para garantir às pessoas com deficiência a oportunidade de desenvolver e utilizar seu potencial criativo, artístico e intelectual, não só para seu próprio benefício, mas também para o enriquecimento da sociedade (Art.º 30.º, alínea 2).</li><li>• Serão adotadas medidas apropriadas, em conformidade com o direito internacional, para garantir que as leis que protegem os direitos de propriedade intelectual não constituam uma barreira injustificável ou discriminatória ao acesso de pessoas com deficiência a materiais culturais (Art.º. 30.º, alínea 3).</li><li>• As pessoas com incapacidade têm o direito, em igualdade de condições com os outros, ao reconhecimento e apoio da sua identidade cultural e linguística específica, incluindo as línguas de sinais e cultura surda (Art.º 30.º, alínea 4).</li><li>• Com vista a possibilitar às pessoas com deficiência participem, em igualdade de condições com os outros no lazer, recreação e atividades desportivas, os Estados devem tomar medidas apropriadas para (Art.º 30.º, alínea 5):<ul style="list-style-type: none"><li>○ Incentivar e promover a participação, na medida do possível, das pessoas com deficiência nas atividades desportivas comuns em todos os níveis (Art.º. 30.º, alínea 5a);</li><li>○ Garantir que as pessoas com deficiência tenham a oportunidade de organizar, desenvolver e participar de deficiência desportivas específicas e atividades recreativas e, para esse fim, incentivar a prestação, numa base de igualdade com os outros, de instrução adequada, treinamento e recursos (Art.º 30.º, alínea 5b);</li><li>○ Garantir que as pessoas com deficiência tenham acesso aos desportivos, recreativos e turísticos (Art.º 30.º, alínea 5c);</li><li>○ Garantir que as crianças com deficiência tenham acesso igual com as outras crianças, participar de jogos, recreação e atividades de lazer e desportivas, incluindo as atividades no sistema escolar (Art.º 30.º, alínea 5d);</li></ul></li></ul>

- 
- o Assegurar que as pessoas com deficiência tenham acesso aos serviços prestados por pessoas envolvidas na organização de atividades recreativas, turismo, lazer e atividades desportivas (Art.º 30.º, alínea 5e).
- 

Fonte: elaboração própria

As pessoas com mobilidade reduzida, face a este conjunto de artigos legislativos, veem a sua integração na sociedade resguardada pela igualdade e o direito à participação e aquisição de produtos turísticos. Contudo, e na prática, por vezes sucede o contrário. A lei, embora aplicada, não está devidamente operacionalizada no sentido de dar resposta às reais necessidades das pessoas com incapacidade. Por vezes, a própria legislação tem lacunas que não permitem responder a determinados pontos.

Existe então um longo caminho que precisa de ser percorrido no sentido de eliminar barreiras existentes, e com a finalidade última de que as pessoas com mobilidade reduzida possam usufruir ativamente dos produtos turísticos e disfrutar da qualidade de vida a que têm direito.

O Estado, enquanto *stakeholder* regulador, terá que possuir um papel ativo no delimitar de leis que vão ao encontro do referido anteriormente, e assegurar a correta aplicação das mesmas. Deverá alargar horizontes e incluir nos seus programas de desenvolvimento pessoas com conhecimento específico, bem como os próprios indivíduos com mobilidade reduzida, por forma a equilibrar os interesses do setor privado, público, da população local e dos visitantes (Kastenholz *et al.*, 2012). Só assim, o enriquecimento da sociedade e o desenvolvimento de um ambiente espacial humano harmonioso poderá surgir, sempre em paralelo com a consciencialização desta para com as necessidades inerentes ao segmento do turismo acessível, bem como para o despoletar de atitudes mais positivas e proactivas no desenvolvimento de destinos acessíveis.

Recentemente, mais precisamente a 19 de Outubro do presente ano (2012), a Assembleia da República Portuguesa emitiu uma Resolução em que recomenda ao Governo o desenvolvimento de um programa estruturado, com as devidas linhas orientadoras para os diferentes atores do setor turístico, a fim de que Portugal possa ser citado, no prazo de 12 meses, como um destino atento às necessidades dos visitantes portadores de deficiência e/ou com mobilidade reduzida.

De modo a que Portugal possua um sistema turístico diligente para com as necessidades do segmento de mercado em estudo, e o desenvolvimento da estratégia referida, que promova o turismo acessível, seja implementada, o governo deverá (Resolução da Assembleia da República, nº 131/2012)

- Desenvolver, com caráter de urgência, uma estratégia integrada que promova o ‘Turismo acessível’ ou ‘Turismo para todos’ em Portugal, que englobe a promoção da acessibilidade universal e do desenho inclusivo e que proporcione a todos os cidadãos, independentemente da sua idade, condição motora, cognitiva ou sensorial, o acesso à

informação que lhes permita planear os seus tempos de lazer e o acesso a uma prestação de serviços assente no reconhecimento pelos seus direitos, na primazia da mobilidade na escolha dos destinos e do seu efetivo usufruto;

- Incluir, na referida estratégia, programas de formação dos agentes para o acolhimento e atendimento a este grupo de cidadãos;
- Envolver na conceção, acompanhamento e concretização da estratégia as associações representativas das pessoas com deficiências e incapacidades e, também, as associações representativas do setor do turismo.

Passo evolutivo com bastante importância, este parece assim ser um caminho que começa a ser construído no sentido de ajustar o destino Portugal ao segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida.

## 3.6 A procura turística: O caso específico do turismo acessível

Embora o enfoque primordial seja o estudo do turismo acessível pelo lado da oferta turística, é de extrema relevância abordar resumidamente o lado da procura, de forma a perceber melhor todo o sistema que envolve o turismo acessível. Assim, neste subcapítulo serão referenciados temas como a segmentação do mercado, as motivações à participação em turismo por parte dos visitantes com mobilidade reduzida, bem como o seu processo de tomada de decisão. Estes são assuntos com enorme relevância para que a oferta seja de qualidade e eficaz.

A procura turística global de um determinado destino é influenciada diretamente por determinantes (Sociais, Tecnológicos, Económicos e Políticos) que contribuem, positiva ou negativamente, para a sua prosperidade (Cunha, 2006). Cabe às entidades responsáveis por toda a máquina turística perceber as principais motivações que levam determinada pessoa a viajar, ou seja, quais são as suas reais necessidades e desejos que querem ver concretizados. Embora seja um processo complexo, pois os visitantes não são todos iguais, é ainda importante que estas percecionem a relação existente entre as motivações para viajar e a capacidade em fazê-lo. Isto levará a um aumento, quer da procura turística efetiva, quer da procura turística potencial (Cunha, 2003).

Os dados atuais relativos à demografia mundial indicam um aumento significativo do segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida (Devile, Garcia, *et al.*, 2010), e do segmento sénior (Buhalis *et al.*, 2005; Carneiro, 2010; Carneiro *et al.*, 2010; Patterson & Pegg, 2011; Wang, 2011). O envelhecimento da população, aliado às restrições de mobilidade, o aumento gradual do rendimento disponível devido à promoção de políticas inclusivas no acesso ao emprego, o melhoramento das condições gerais de vida ao nível da saúde e assistência

médica, e o desenvolvimento científico e tecnológico que promove a autonomia e independência, despontou um maior número de pessoas nestes segmentos com condições para viajar (Buhalis *et al.*, 2005; Carneiro *et al.*, 2010; Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010; Patterson & Pegg, 2011). Assim, e segundo Moura e Kastenholtz (2010, p. 237), começa a emergir um “novo” segmento de mercado para o turismo – os turistas com mobilidade reduzida.

A OMT (2005, citado por Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010, p. 37) define turistas com mobilidade reduzida aquelas pessoas que:

Devido ao ambiente onde estão inseridas, sofrem uma limitação ao nível da sua capacidade relacional e apresentam necessidades especiais durante a viagem, no alojamento, e ao nível de outros serviços turísticos. [...] Assim, um turista portador de incapacidade é uma pessoa que se desloca voluntária e temporariamente para fora do seu ambiente habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada e por um período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas.

O conhecimento específico e pormenorizado do perfil destes turistas, dos seus hábitos, motivações, desejos e tomadas de decisões relativos às atividades turísticas, permite planear, desenvolver e oferecer produtos e experiências turísticas acessíveis a todos (Kastenholtz *et al.*, 2010; Yau *et al.*, 2004). A junção deste conhecimento, aliado à forte fidelização a um destino (Buhalis *et al.*, 2005; Neumann & Reuber 2004) por parte deste segmento da procura, levará ao aumento da quota de mercado, à sua integração na sociedade, diminuindo os preconceitos e barreiras que persistem (Moura & Kastenholtz, 2010).

Contudo, o mercado da acessibilidade não pode, e à semelhança de outros mercados, ser percebido como homogéneo (Lindon, Lendrevie, Lévy, Dionísio & Rodrigues, 2004), pois contém diversos submercados com diferentes necessidades e exigências, caracterizando-se por ser multifacetado e abrangente (Buhalis & Michopoulou, 2010).

Numa análise ao estado da arte no que concerne ao turismo acessível, Burnett e Baker (2001, citado por Devile, 2010) reforçam a ideia de que o grupo das pessoas com mobilidade reduzida não representa um único mercado, mas um conjunto de diferentes segmentos de mercado, não podendo ser visto como um grupo homogéneo. Contudo a existência de poucos estudos sobre o indivíduo, enquanto consumidor, dificultam esta perceção e, conseqüentemente, a oferta correta e acessível de produtos turísticos.

Vários autores nos estudos que realizaram segmentaram o mercado do turismo acessível de diferentes formas, consoante os objetivos dos seus estudos. Contudo, e como referem Buhalis e Michopoulou (2010, p. 148), segmentar o mercado turístico em estudo implica a resolução de alguns desafios críticos assentes em três premissas: (i) relevância, no sentido de perceberem de que forma o segmento é importante para o destino, uma vez que os segmentos estão em constante mutação e são cada vez mais sofisticados; (ii) oportunidade, pois o segmento poderá tornar-se uma mais-valia, a vários níveis, para o destino, nomeadamente ao nível do multiplicador económico e social sendo, no entanto, fundamental que se garanta a constante revisão das políticas de segmentação para que se apoie a médio e longo prazo o planeamento

estratégico e, se necessário, se proceda a alterações estratégicas primordiais; (iii) impacto, que deverá ser positivo, visando uma segmentação assente numa estratégia global de marketing. Assim, se os vetores usados forem relevantes, oportunos e positivos, o destino infere numa oportunidade de negócio (Buhalis & Michopoulou, 2010). Os autores acrescentam ainda que se os estudiosos segmentarem o mercado segundo o modelo social, ou seja, segundo o tipo de deficiência, poderá surgir a situação de que uma mesma pessoa possa enfrentar dois ou mais tipo de deficiência.

### 3.6.1 O processo de tomada de decisão

O turismo acessível, conceito essencial aquando da inclusão social das pessoas com mobilidade reduzida (Silva, 2009) no sistema turístico, deve ter em conta um conjunto de pontos primordiais para o sucesso deste. O processo de tomada de decisão de um visitante é um fator preponderante para o sucesso de uma política global, cujos agentes do destino devem depositar especial atenção.

A decisão de viajar por parte dos visitantes com mobilidade reduzida, temporária ou permanente, é diferente daqueles que não necessitam do usufruto de condições especiais de acesso (Devile, Kastenholz, *et al.*, 2010). Assim, os produtos fornecidos pela oferta deverão ser mais minuciosos, tendo sempre em conta a diversificação das necessidades da procura.

O tipo de segmento em estudo carece primeiramente de se sentir preparado para viajar, seguindo-se a indispensabilidade de conhecer concreta e conclusivamente o que vai encontrar no destino antes e durante a sua estada no destino. Burnett e Baker (2001), Packer *et al.* (2007) e Yau *et al.* (2004) estudaram o processo de tomada de decisão dos visitantes com mobilidade reduzida. Baseada nestes autores, a Figura 3.8 pretende sistematizar as fases pelas quais um visitante tem de passar até alcançar uma experiência turística global.

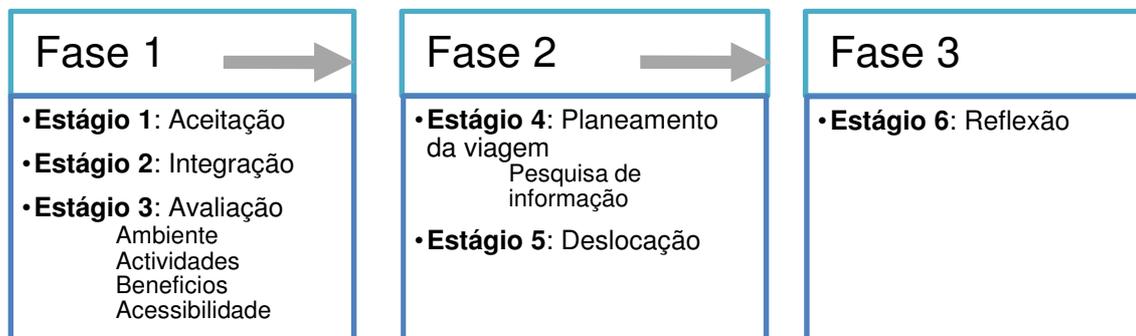


Figura 3.8 - Fases do processo de tomada de decisão

Fonte: Burnett & Backer (2001); Packer *et al.* (2007); Yau *et al.* (2004)

Embora o padrão de incapacidade varie de pessoa para pessoa, todo o processo de se tornar num viajante ativo é bastante semelhante entre os visitantes com mobilidade reduzida (Packer *et al.*, 2007). Assim, a primeira fase é designada, por Packer *et al.* (2007), de “fase pessoal”, pois encontra-se estritamente ligada a experiências pessoais precedentes à decisão de viajar.

No primeiro estágio – “aceitação” –, a possibilidade de se deslocar para um destino turístico é vista pela pessoa com mobilidade reduzida como uma impossibilidade, uma vez que o seu objetivo primário passa pela aceitação, recuperação ou reabilitação (Packer *et al.*, 2007; Yau *et al.*, 2004) do seu corpo como um todo. No estágio seguinte – “integração” –, o indivíduo começa a re/integrar-se na sociedade, explorando possíveis viagens futuras, consideradas como um sonho, mas ao mesmo tempo inatingíveis (Packer *et al.*, 2007; Yau *et al.*, 2004). É no estágio número três que a pessoa começa a ponderar internamente a hipótese de viajar, avaliando os riscos e as recompensas de se deslocar para um determinado destino (Packer *et al.*, 2007). Neste estágio o visitante analisa diferentes critérios de decisão, que Burnett e Backer (2001) definiram segundo quatro fatores: (i) “ambiente”, que diz respeito ao ambiente físico do destino (ex.: clima, ambiente pacífico e tranquilo); (ii) “atividades”, que aborda as atividades que se podem realizar no destino durante a viagem, com um carácter bastante tradicional – as variáveis incluídas são cultura/história, aprendizagem, oportunidades de compras, oportunidades de excursão, oportunidades de socialização; (iii) “benefícios”, que englobam decisões mais tradicionais na escolha de um destino, abrangendo as constantes preço, alojamento, serviço profissional, hospitalidade, gastronomia e novidade da experiência; e (iv) “acessibilidade”, em que fazem parte deste critério as variáveis acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, independência/flexibilidade, facilidade em encontrar os locais e informação turística.

A transição entre a primeira e a segunda fase marca a mudança entre a ideia de viajar e a possibilidade real de o fazer (Packer *et al.*, 2007). Nesta fase intermédia os visitantes passam por dois estágios diferentes: o estágio número quatro – “planeamento da viagem”, e o estágio número cinco – “deslocação”. É nesta etapa que, para Packer *et al.* (2007, p. 285), “se tornam mais perceptíveis as opções acessíveis para viajar, as dificuldades e barreiras enfrentadas, e as diversas estratégias usadas para garantir uma viagem segura e agradável”.

O estágio número quatro evidencia-se pela procura e gestão de informação mais detalhada, devido à importância que esta possui para o concretizar da viagem (Dickson & Darcy, 2012; Packer *et al.*, 2007; Yau *et al.*, 2004). Buhalis *et al.* (2005) corroboram esta afirmação ao atestar que o planeamento de uma viagem por parte de um visitante com mobilidade reduzida é caracterizado pela investigação de informações mais profundas e detalhadas face aos outros segmentos do mercado turístico.

O visitante com mobilidade reduzida percebe, neste estágio, grande parte do real estado de acessibilidade do destino que gostaria de visitar (Packer *et al.*, 2007). Numa equação inversa, quanto maior forem os requisitos de acessibilidade por parte de um indivíduo, maior será a

procura por uma informação precisa (Buhalis *et al.*, 2005). Contudo, os agentes da oferta tendem a disponibilizar menos informação detalhada quanto maior for o nível de exigência de acessibilidade dos visitantes (Buhalis *et al.*, 2005; Buhalis & Michopoulou, 2010).

No estágio seguinte – “deslocação” –, o visitante já se encontra na região de trânsito ou de destino. Ocorre um empreendimento e uma gestão da experiência da viagem (Packer *et al.*, 2007), que muitas vezes os levam a ter de ultrapassar inteligentemente barreiras que se colocam. Esta condição pode, contudo, fazer com que os visitantes se sintam excluídos de determinadas atrações, especialmente se o grau de esforço físico exigido está para além das suas capacidades (Yau *et al.*, 2004), conduzindo a uma experiência turística negativa. Todavia, e segundo Yau *et al.*, (2004, p. 954), os visitantes com mobilidade reduzida, para conseguirem ultrapassar estas barreiras, procuram estratégias inovadoras para visitar os lugares que estão no topo da sua lista de prioridades, como, por exemplo, pagarem a moradores locais para os acompanharem na visita ou fazerem pesquisas adicionais para conseguirem perceber outras formas de participação.

A última fase do processo de tomada de decisão dá-se quando o visitante volta à sua região de origem. O estágio 6 – “reflexão” – permite, como o próprio nome indica, que este faça uma reflexão de toda a viagem, das barreiras que enfrentou, e dos benefícios retirados da sua experiência turística, bem como para o seu bem-estar (Packer *et al.*, 2007; Yau *et al.*, 2004). Os visitantes, portanto, fazem a avaliação do risco e da recompensa que poderá determinar a ocorrência, ou não, de uma nova viagem. Desta forma, nesta última fase poderão ocorrer duas percepções face a futuras viagens: os visitantes veem uma próxima viagem como irrealizável, devido a uma experiência negativa ou à consciencialização de que ainda não estão prontos para viajar (Yau *et al.*, 2004), voltando assim ao estágio número três (Packer *et al.*, 2007); ou os visitantes obtiveram uma experiência turística positiva, já ultrapassaram quase toda a fase pessoal, o que viajar se torna um estilo de vida (Packer *et al.*, 2007; Yau *et al.*, 2004).

Em suma, todo o processo de tomada de decisão de um visitante com mobilidade reduzida começa quando este entrevê uma participação mais ativa na vida social, com a perspetiva de que o turismo seja a ligação entre ele e o mundo exterior (Yau *et al.*, 2004). Cabe, assim, aos agentes da oferta coordenar esforços no sentido de diminuir as barreiras à participação em turismo, a fim de maximizar o ciclo rotativo de viajar para um determinado destino. Só assim, este público-alvo sentirá que os seus direitos são reconhecidos, e a sua vontade de viajar é tida como económica e socialmente sustentável.

### 3.6.2 Motivações à participação em turismo acessível

As motivações de um determinado visitante são baseadas, segundo Maslow (1964, citado por Page, 2011, p. 65), numa hierarquia de necessidades que este gostaria de ver concretizadas. Ocasionalmente por fatores *pull* - encarados como fatores que beneficiam a participação em turismo, nomeadamente o fácil acesso, o custo da viagem, a imagem do destino, e os eventos e atrações turísticas -, e/ou *push* - que dizem respeito aos fatores emocionais e/ou íntimos do indivíduo, e que o inspiram a viajar, como por exemplo a necessidade de escape, de interação social, e de relaxamento -, a autorrealização é a necessidade que todos os visitantes aspiram alcançar (Dickson & Darcy, 2012; Page, 2011). Contudo, deverá salientar-se o fato de que no caso específico do segmento em estudo este considera um fator de motivação *pull* a relação existente entre os exemplos dados anteriormente com os seus requisitos de acesso (Dickson & Darcy, 2012).

Os visitantes com mobilidade reduzida têm motivações análogas aos outros segmentos da procura turística (Figueiredo, Eusébio, & Kastenholz, 2012; Neumann & Reuber, 2004; Yau *et al.*, 2004) relativamente à ambição de realizar atividades turísticas, tidas como experiências de vida importantes, e no que diz respeito à aquisição de produtos da indústria turística. Estas premissas contribuem para o crescimento e desenvolvimento pessoal de cada um (Kastenholz *et al.*, 2010) e transparecem para a sua vida pessoal sentimentos de felicidade, satisfação e aumento da autoestima (Figueiredo *et al.*, 2012). Estas surgem antes do estágio quatro do processo de tomada de decisão – “planeamento da viagem” – e são contrapostas aos custos e os riscos percebidos inerentes à deslocação para um destino (Buhalis *et al.*, 2005).

Neumann e Reuber (2004, p. 18), aquando a análise comparativa das principais motivações para viajar entre os turistas com e sem mobilidade reduzida, concluíram que aqueles que detêm algum condicionamento de mobilidade apresentam como principais motivações para viajar os fatores presentes na Figura 3.9. Num outro estudo realizado por Kastenholz *et al.* (2010), ao universo das pessoas com algum tipo de mobilidade reduzida que poderão vir a usufruir de uma experiência turística, é possível perceber quais as principais motivações para a participação em atividades recreativas no destino. Segundo as autoras, os resultados obtidos, presentes na Figura 3. 10, vão ao encontro das motivações e benefícios presentes na literatura específica do turismo para pessoas com mobilidade reduzida.

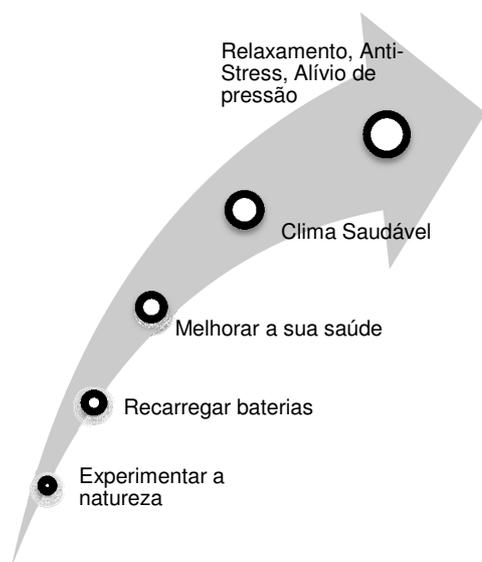


Figura 3.9 – Motivações à participação em turismo

Fonte: Elaboração própria com base em Neumann & Reuber (2004, p. 18)

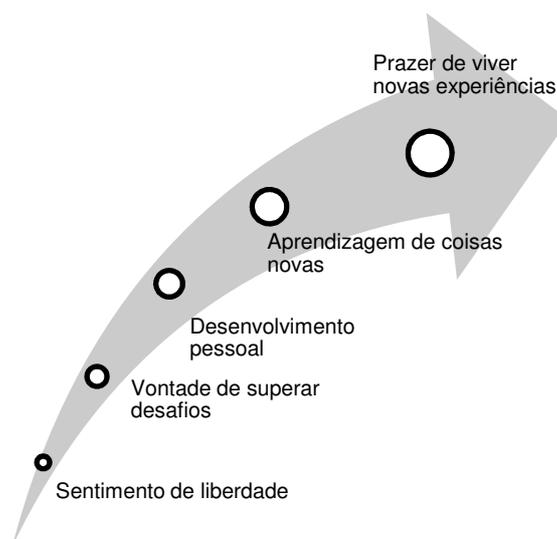


Figura 3. 10 – Motivações à participação em atividades recreativas

Fonte: Elaboração própria com base em Kastenholz *et al.* (2010, pp. 186-187)

Embora conceptualizadas segundo óticas diferentes, as motivações apresentadas vão ao encontro da ideologia de que os visitantes com mobilidade reduzida veem nas viagens que realizam uma forma de melhorar a sua qualidade de vida, e de se sentirem bem consigo próprios (necessidade no topo da pirâmide de Maslow). Kastenholz *et al.*, (2010) corroboram esta ideia, ao afirmarem que a participação em turismo acarreta fatores positivos a vários níveis – físico, mental, social, espiritual ou estético – que não se limitam ao momento da realização da viagem. Sentidos com maior veemência pelos turistas em estudo, estes refletem-se, numa fase subsequente, num aumento do bem-estar e da qualidade de vida de quem usufrui de um determinado produto turístico. Outra conclusão que podemos aferir diz respeito à predominância dos fatores *push*, no que diz respeito às motivações da participação em turismo por parte das pessoas com mobilidade reduzida.

No entanto, a análise conceptual acerca das motivações à participação em turismo acessível é ainda de natureza exploratória, com pouca informação disponível que possa servir de base conceptual (Devile, Garcia, *et al.*, 2010). Contudo, e como em qualquer outro segmento, as motivações são perduráveis, pelo que os produtos turísticos deverão ser diversificados, personalizados, com qualidade e com recurso à inovação (Cunha, 2006). Para tal, é necessário que os demais responsáveis estejam diligentes para as mudanças da sociedade, nomeadamente o aumento de pessoas idosas, bem como o crescimento das pessoas com mobilidade reduzida com vontade de viajar. Por outro lado, a interação que ocorre entre os fatores *pull* e *push* aquando da influência na tomada de decisão, em conjunto com a experiência turística global, determinarão a lealdade dos visitantes para com o destino turístico (Figura 3.11).

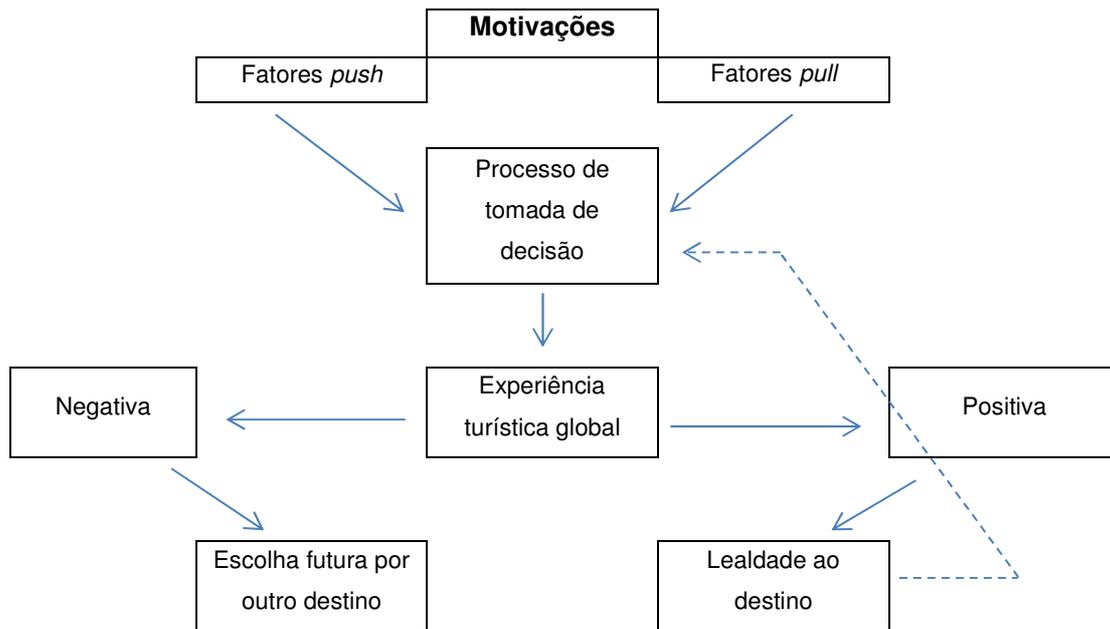


Figura 3.11 – Interação entre os fatores de motivação e a lealdade a experiência turística

Fonte: adaptado de Dickson & Darcy (2012, p. 343)

### 3.7 A oferta turística: O caso específico do turismo acessível

Aquilo que um destino turístico tem para oferecer aos visitantes, bem como as condições em que oferece os produtos, é um dos fatores decisivos que levam determinada pessoa, seja ela portadora de algum tipo de mobilidade reduzida ou não, a deslocar-se para fora da sua residência habitual.

A oferta turística, para Cunha (2003, p. 175), diz respeito ao conjunto integrado de todos os produtos produzidos exclusivamente para o consumo dos visitantes e ainda aqueles, que embora destinados aos residentes, são também consumidos pelos visitantes, bem como a imagem geral do destino e os atrativos existentes. Para este mesmo autor, a oferta como parte integrante de um destino, deverá estabelecer uma relação sistémica entre os recursos, infraestruturas e serviços, de forma a garantir que as necessidades turísticas sejam plenamente satisfeitas. Esta ideologia vem complementar o que já foi abordado anteriormente aquando da definição de destino acessível.

O grande grupo da oferta pode ser subdividido segundo cinco componentes: (i) os recursos turísticos, que se referem aos elementos naturais, culturais, artísticos, históricos ou tecnológicos que geram uma atração turística; (ii) as infraestruturas básicas, que consistem no

conjunto de construções e equipamentos que vão ao encontro das necessidades básicas dos visitantes, como por exemplo as estradas; (iii) equipamentos, que dão resposta direta às necessidades turísticas dos visitantes, como, por exemplo, o alojamento; (iv) as acessibilidades e os transportes, importantes para o segmento de mercado em estudo; e (v) o acolhimento e cultura, isto é, as atitudes e o comportamento face aos visitantes, bem como as manifestações culturais, tais como o desporto (Cunha, 2003, 2006).

Contudo, o acesso a diferentes componentes do sistema da oferta turística (recursos turísticos, infraestruturas, acessibilidades e transportes, superestruturas, e hospitalidade e acolhimento) caracteriza-se, por vezes, pela existência de profundos impedimentos edificados entre os potenciais visitantes e os destinos. Presentes em vários estágios do processo de tomada de decisão (Lee, Agarwal & Kim, 2011), estas barreiras contribuem para uma experiência turística negativa (Carneiro, 2010; Darcy, Cameron, Pegg, *et al.*, 2008; Devile, 2009; Vlaanderen, 2001), e afetam o desejo de viajar do segmento de mercado em estudo (Ozturk *et al.*, 2007). Nos últimos vinte anos verificaram-se grandes avanços na remoção de barreiras ao nível dos transportes, informação, comunicação, alojamento e atrações (Bi, Card, & Cole, 2007; Buhalis *et al.*, 2005; Darcy, 1998; Devile, Garcia, *et al.*, 2010; Lee *et al.*, 2011; Packer *et al.*, 2008; Yau *et al.*, 2004), contudo continuam a existir bastantes áreas turísticas inacessíveis para os viajantes com mobilidade reduzida (Takeda & Card, 2002).

Os diferentes organismos governamentais, e os agentes da oferta turística, devem estar diligentes para a complexidade das barreiras existentes num destino (Darcy, 2007), assim como para a diversidade de ações necessárias para a eliminação completa das mesmas (Daniels *et al.*, 2005; Sansiviero & Dias, s.d.), a fim de que a organização social destes seja sustentável (Shaw & Coles, 2004), e vá ao encontro dos princípios do ‘Desenho Universal’ que abordam intrinsecamente o conceito de “Mercado de Fácil Acesso”. Este, abordado já anteriormente, permite criar as condições necessárias para que qualquer segmento dentro do mercado turístico possa usufruir de experiências turísticas (Darcy & Dickson, 2009). Seja qual for o requisito de acesso por parte do visitante, o destino deve estar equipado para oferecer um caminho contínuo e ininterrupto, ou seja, sem qualquer tipo de barreiras (Darcy & Dickson, 2009).

Neste sentido, sempre que a indústria turística fornece o acesso a bens e serviços deve fazê-lo segundo uma reflexão sobre a igualdade de experiências (Darcy, 2010a), através da adaptação minuciosa dos componentes da oferta, e da especialização dos serviços complementares (Silva, 2009). Assim, e tendo como base de sustentação a pirâmide da acessibilidade, abordada no subcapítulo 3.4, os agentes da oferta deverão evoluir de forma sustentada, a fim de melhorar todos os seus níveis de oferta de serviços acessíveis (Buhalis *et al.*, 2005), promovendo a inclusão social e melhorando a qualidade de vida das pessoas com mobilidade reduzida (Lee *et al.*, 2011; Yau *et al.*, 2004).

Num estudo realizado por Darcy (2003, citado por Kastenholtz *et al.*, 2010, p. 175), 99,4% das pessoas com mobilidade reduzida sentiam-se capazes e desejavam viajar, todavia apenas 39% efetivamente viajava. Face a este panorama, torna-se imperativo a remoção de barreiras que demonstram ser grandes entraves à participação em turismo por aqueles que possuem algum tipo de mobilidade condicionada. É, assim, elementar que se delimitem alguns critérios mínimos de acessibilidade na cadeia de serviço turísticos. Estes permitirão, através de uma articulação de esforços entre os diversos atores turísticos e outros *stakeholders*, como o Estado, institutos públicos, e organizações de pessoas com mobilidade reduzida, ir ao encontro de um destino acessível, que corresponda às motivações dos visitantes, sem que estes tenham que continuamente enfrentar as inúmeras barreiras existentes no destino.

Peixoto e Neumann (2009) delimitaram um conjunto de normas básicas que os agentes da oferta deverão ter em conta aquando da decisão de tornar a cadeia de serviços turísticos mais acessível (Quadro 3.3). Delimitadas segundo cinco grandes grupos, (i) Preparação/Informação, (ii) Chegada/Partida/Deslocações, (iii) Acolhimento, (iv) Serviços Turísticos, e (v) Lazer e Cultura, têm como principal objetivo, por exemplo, a criação de informação credível e atualizada (grupo i), a adaptação de transportes (grupo ii), alojamento (grupo iii) e postos de informação (grupo iv), e certificar que os visitantes podem usufruir de atividades de lazer e cultura (grupo v). Este idealismo vai ao encontro do que é delimitado pela ENAT (2007), contudo esta entidade acrescenta, aos pontos base da cadeia de valores abordados, a “partilha de experiências” que, no final de uma viagem com um grau de satisfação positivo, é bastante importante para a imagem percebida e para o marketing do destino. Esta pode ser feita ainda no destino com novos visitantes que tenham chegado, ou já no ambiente habitual do visitante com o recurso a familiares, amigos, comunidade e/ou internet.

Quadro 3.3 - Critérios mínimos de acessibilidade na cadeia de serviços turísticos

Elos da cadeia de serviços	Critérios mínimos
<b>Preparação, Informação</b>	
<b>Brochuras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Turismo acessível” divulgado nas principais publicações especializadas em turismo;</li> <li>- Incluir contactos de responsáveis ou página de Internet para que mais informações possam ser solicitadas.</li> </ul>
<b>Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de menu denominado “Férias Acessíveis”</li> <li>- Informação turística acessível, clara e estruturada das principais instalações e atrações turísticas num menu “Férias Acessíveis”.</li> </ul>
<b>Informação “cara-a-cara”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os colaboradores responsáveis por fornecer informações devem estar preparados para comunicar quais as infraestruturas e atividades acessíveis</li> </ul>
<b>Chegada – Partida – Deslocações</b>	
<b>Local de chegada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenho acessível de todas as áreas de acesso ao público em estações de comboio, autocarro e aeroportos;</li> <li>- Serviço de transporte especializado fornecido pelos serviços de informação turística ou pelas empresas do sector.</li> </ul>

<b>Espaços públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Existência de estacionamento para pessoas portadoras de deficiência;</li><li>- Acessibilidade das principais atrações turísticas;</li><li>- Acessibilidade de infraestruturas de acesso público;</li><li>- Acessibilidade dos postos de informação turística.</li></ul>
<b>Rede local de transportes públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Desenho acessível das redes de transportes públicos nos destinos turísticos.</li></ul>
<b>Acolhimento</b>	
<b>Alojamento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Criação de opções de alojamento acessível em todos os estabelecimentos, para todas as formas de incapacidade;</li><li>- Equipamentos funcionais – soluções pragmáticas;</li><li>- Formação e sensibilização de colaboradores para as necessidades específicas de pessoas idosas e mobilidade condicionada.</li></ul>
<b>Gastronomia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Criação de um número suficiente de espaços para refeições com áreas de refeição e instalações sanitárias acessíveis;</li><li>- Soluções funcionais;</li><li>- Formação e sensibilização de colaboradores para as necessidades específicas de pessoas idosas e mobilidade condicionada.</li></ul>
<b>Lazer e Cultura</b>	
<b>Cultura</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sensibilização dos prestadores de serviços culturais para as necessidades dos idosos e pessoas com mobilidade condicionada;</li><li>- Assegurar que os turistas com incapacidades poderão usufruir das principais atrações;</li><li>- Acessibilidades dos eventos culturais;</li><li>- Providenciar visitas guiadas para pessoas com incapacidade e formação dos guias.</li></ul>
<b>Lazer e Desportos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Acessibilidade nos locais turísticos;</li><li>- Conhecimento exato da acessibilidade ou de problemas nos locais e percursos existentes;</li><li>- Acessibilidade de todos os locais de lazer relevantes no destino turístico.</li></ul>
<b>Serviço</b>	
<b>Serviços Turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Postos de informação turística acessíveis;</li><li>- Formação e sensibilização do pessoal para as necessidades dos idosos e turistas com incapacidade;</li><li>- Nomeação de responsáveis com forte consciência das necessidades das pessoas com incapacidade;</li><li>- Disponibilização de serviços que ajudem a eliminar barreiras existentes.</li></ul>

Fonte: Peixoto & Neumann (2009, p. 151)

Em suma, o desenvolvimento de conhecimento acerca das limitações presentes no destino, bem como as motivações que as pessoas com mobilidade reduzida manifestam antes, durante e depois do processo de tomada de decisão, e que posteriormente podem determinar a não participação em turismo, deve ser uma preocupação para a oferta turística (Devile, Kastenholz, *et al.*, 2010; Lee *et al.*, 2011), pois beneficiará a própria imagem do destino (Devile, Kastenholz, *et al.*, 2010). Esta deverá ser assente em fatores que levem à implementação de uma metodologia baseada no turismo acessível (Peixoto & Neumann, 2009). Por outro lado, a oferta

deverá ter em conta um conjunto de critérios que lhe permitirão oferecer produtos mais acessíveis, nomeadamente os presentes na cadeia de valores. Estes serão abordados mais pormenorizadamente ao longo deste subcapítulo, de forma a sustentar a parte mais prática da presente dissertação.

### 3.7.1 Barreiras à participação em turismo acessível

Construir uma sociedade sem barreiras, e que permita a absoluta e total participação em turismo (Devile, 2009), constitui um imperativo ético e social para qualquer comunidade (Teles, 2005). Contudo, e embora a sociedade, em particular a indústria turística, esteja cada vez mais atenta ao desejo de viajar por parte das pessoas com mobilidade reduzida (Takeda & Card, 2002), existe ainda um conjunto de fatores que levam a que estas se sintam reprimidas ou excluídas de se deslocarem para fora do seu ambiente habitual. Desde a região de origem, passando pela região de trânsito e chegando à região de destino, existem inúmeras barreiras que, só pela sua presença, poderão conduzir a uma situação de não participação em turismo, independentemente de haver outros fatores que, devido às suas características, consigam colmatar a sua inexistência (Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010).

Segundo Packer *et al.* (2007, p. 284), quando se tornam em visitantes de um destino, as pessoas com mobilidade reduzida são influenciadas por dois fatores. O modelo ICF, descrito no capítulo anterior, designa-os de contextuais e subdivide-os em fatores ambientais e fatores pessoais. Estes, devido às suas especificidades, podem tornar-se em verdadeiras barreiras à participação em turismo (Packer *et al.*, 2007), o que leva o segmento de mercado em estudo a deter uma baixa percentagem de propensão para viajar comparativamente à população em geral (Daniels *et al.*, 2005; Darcy, 2010b).

O primeiro trabalho científico que abordou conceptualmente as barreiras que afetam especificamente os indivíduos com mobilidade reduzida data de 1987. Classificadas em três grandes grupos, Smith (1987) catalogou-as de intrínsecas, ambientais e interativas, sugerindo que a sua combinação leva à inibição de participar em atividades turísticas, bem como influencia o grau de satisfação que daí provém (Daniels *et al.*, 2005; Devile, Garcia, *et al.*, 2010; Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010). Esta ideologia vai ao encontro do que estudos posteriores propuseram ao apontar que os inibidores não afetam somente a participação em turismo, mas também a experiência turística global (Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010; Foggin, 2011; Packer *et al.*, 2007), uma vez que as pessoas com mobilidade reduzida têm mais aspetos a ponderar e desafios a transpor, antes e durante a viagem (Yau *et al.*, 2004). O Quadro 3.4 pretende, segundo vários autores, resumir os diferentes grupos de barreiras à participação em turismo.

Quadro 3.4 - Tipo de barreiras à participação em turismo acessível

Autor	Tipo de Barreiras
Smith (1987) <sup>10</sup>	Intrínsecas, Ambientais e Interativas
Crawford & Godbey (1987) <sup>11</sup>	Intrapessoais, Interpessoais e Estruturais
Murray & Sproats (1990) <sup>12</sup>	Económicas, Físicas, e Atitudinais
Gladwell & Bedini (2004) <sup>13</sup>	Físicas, Sociais e Emocionais
Takeda & Card (2002); Bi <i>et al.</i> (2007)	Físicas e Atitudinais
Packer <i>et al.</i> (2008); Ozturk <i>et al.</i> (2008)	Intrínsecas, Ambientais, Interativas e Económicas
Carneiro (2010)	Físicas, Financeiras, Informação
Deville, Kastenholz & Santiago (2010)	Estruturais, Interpessoais e Intrapessoais
Sasaki <sup>14</sup>	Arquitetónicas, Atitudinais e Comunicação, Metodológicas, Instrumentais Programáticas

Fonte: Elaboração própria

Neste estudo, a terminologia usada é conceptualizada segundo diferentes autores. As barreiras que os visitantes com mobilidade reduzida têm de enfrentar, e que são analisadas na parte prática do trabalho, são subdivididas assim em quatro grupos: Intrínsecas, Ambientais, Interativas, Económicas.

As barreiras ambientais referem-se ao ambiente construído que impede o acesso, designadamente a edifícios, transportes, vias públicas, serviços, entre outros. Estas decorrem da forma como a sociedade está construída, ou seja, se esta não for assente nos princípios do Desenho Universal o destino não foi sustentavelmente planeado e desenvolvido.

As barreiras interativas referem-se à precisão das informações fornecidas pelos diversos agentes da oferta, à falta de comunicação devido às diferenças linguísticas e culturais, à falta de incentivo à participação e às atitudes negativas por parte da população de acolhimento. Takeda e Card (2002), numa investigação que realizaram às barreiras provenientes dos pacotes turísticos vendidos por agências de viagens e operadores turísticos especializados nos Estados Unidos, defendem que este tipo de barreiras são uma questão importante na indústria do turismo, pois possíveis atitudes negativas, por parte de quem fornece um determinado bem ou serviço ao visitante, afetam negativamente a sua experiência turística global. Torna-se assim imprescindível que os agentes da oferta estejam disponíveis e dotados de competências

<sup>10</sup> Citado por Bi (2006); Daniels *et al.* (2005); Deville, Garcia, *et al.* (2010); Deville, Kastenholz, *et al.* (2010b); Buhalis *et al.* (2005); Lee *et al.* (2011); Moura & Kastenholz (2010); Nações Unidas (2003); Packer *et al.* (2007); Perez *et al.* (2003); Yau *et al.* (2004); Lee *et al.* (2011).

<sup>11</sup> Citado por Bi (2006); Daniels *et al.* (2005); Guerra (2003); Lee *et al.* (2011)

<sup>12</sup> Citado por Bi (2006)

<sup>13</sup> Citado por Lee *et al.* (2011)

<sup>14</sup> Citado por Sansiviero & Dias (s.d)

especializadas para dar respostas credíveis aos visitantes com necessidades especiais (Silva, 2009).

#### 3.7.1.1 - Barreiras Intrínsecas

As barreiras intrínsecas são as mais difíceis de ultrapassar, pois cada visitante tem uma forma única de as superar, tendo em conta especificidades da sua vida pessoal (Packer *et al.*, 2008). Estas, por fazerem parte da primeira fase do processo de tomada de decisão, são as que ocorrem antes da viagem, isto é, na região de origem, e possuem grande impacto na decisão de viajar ou não. Devido às suas características, são as primeiras barreiras que os visitantes com mobilidade reduzida têm de superar. Contudo, quando transpostas, o visitante torna-se num potencial turista ativo (Packer *et al.*, 2008).

Daniels *et al.* (2005, p. 923) afirmam que as barreiras intrínsecas ao visitante referem-se ao nível da sua incapacidade associado às restrições que a viagem em si impõe, nomeadamente à capacidade mental que os visitantes têm para ultrapassar as diversas barreiras existentes no destino, bem como à resistência pessoal ao *stress* que a viagem pode causar. Packer *et al.* (2008) vão ao encontro do defendido por estes autores. Para eles, as barreiras intrínsecas dizem respeito ao indivíduo, ou seja, resultam da sua função cognitiva, física e psicológica que poderá ser agravada pela falta de conhecimento e confiança.

Especificamente, a literatura analisada aponta como principais barreiras intrínsecas a falta de conhecimento acerca das diversas ofertas turísticas disponíveis; os problemas relativos à própria saúde dos visitantes; a ineficácia social (ex., preconceito para com as pessoas com mobilidade reduzida); a dependência física e psicológica; as experiências turísticas anteriores; os estilos de vida; a falta de autoconfiança e a falta de encorajamento, por parte dos agentes da oferta, para que os visitantes com mobilidade reduzida participem em atividades de recreio e lazer. Para Packer *et al.*, (2008), este tipo de barreiras foi mais notado quando a informação necessária era desconhecida, incompleta ou inacessível.

#### 3.7.1.2 - Barreiras Económicas

Packer *et al.* (2008, p. 14) defendem que, à semelhança do que se sucede com as barreiras intrínsecas, as barreiras económicas são as mais difíceis de superar quando presentes num determinado visitante com mobilidade reduzida. Estas referem-se ao rendimento disponível e aos gastos adicionais que estes têm de despende para obterem alguns serviços extra, como assistência personalizada, transporte, equipamento extra, entre outros.

Segundo o estudo de Darcy (2003), as barreiras económicas podem comprometer a decisão dos visitantes com mobilidade reduzida se deslocarem para um determinado destino, devido aos baixos rendimentos que possuem. Este fator terá maior incidência se o preço dos produtos turísticos, que incluem os produtos direta ou indiretamente ligados ao turismo, for elevado nos mercados recetores (Cunha, 2006). Se o custo dos produtos, que visam responder especificamente às necessidades especiais dos visitantes em estudo, for superior à capacidade económica que o visitante tem, a procura turística tenderá a diminuir.

Bi *et al.* (2007) e Shaw e Coles (2004) sustentam o argumento de Darcy ao afirmarem que, para o grupo em estudo, a participação em turismo é restringida por situações económicas desfavoráveis. Embora o desejo de viajar esteja presente, e parte das barreiras intrínsecas estejam ultrapassadas, a circunstância económica em que o visitante se encontra, e as barreiras monetárias que o próprio destino lhe impõe, não lhe permite, por vezes, a deslocação para fora do seu ambiente habitual (Shaw & Coles, 2004). Contudo, se mesmo assim a viagem é consumada, o rendimento disponível influencia a experiência turística, nomeadamente no que se refere ao número de noites que o turista permanece no destino (Bi *et al.*, 2007). Devido à possível necessidade de viajar com acompanhantes sem mobilidade reduzida, a viagem para o grupo de visitantes em estudo torna-se monetariamente mais pesada, pois, segundo Darcy (2003, p. 232), é necessário a aquisição de, por exemplo, dois bilhetes de avião, dois quartos, e dois bilhetes de entrada para visitar determinada atração turística.

Todavia, existem autores que na literatura defendem que este nicho de mercado começa a emergir, e a possuir rendimentos que lhes permite viajar para destinos acessíveis. No estudo levado a cabo por Buhalis *et al.* (2005), estes concluíram que cerca de 70% dos visitantes europeus com mobilidade reduzida têm recursos económicos para se deslocarem para fora do seu ambiente habitual. Já Dwyer & Darcy (2011) sustentam que os visitantes com mobilidade reduzida representam entre 7% a 8% dos visitantes internacionais, o que permite que estes contribuam diretamente para o aumento do Produto Interno Bruto (PIB).

Assim, a oferta turística deverá estar consciente da necessidade urgente em minimizar as barreiras no destino, pois este é um mercado em crescimento (Buhalis *et al.*, 2005; Dwyer & Darcy, 2011) e cada vez mais possui capacidades económicas e intrínsecas para viajar. Por outro lado, este é um mercado que, por norma, não viaja sozinho, ou seja, um visitante com mobilidade reduzida leva consigo um familiar ou amigo no decorrer de toda a viagem. Esta é uma fonte adicional de receita à qual os *stakeholders* da oferta deverão estar atentos.

### 3.7.1.3 - Barreiras Interativas

As barreiras interativas, nomeadamente as barreiras informativas (primeiro grupo da cadeia de valores), são largamente referenciadas na revisão da literatura efetuada. A prestação de

informações confiáveis, detalhadas, atualizadas e precisas influenciam a decisão de viajar (Buhalis *et al.*, 2005; Michopoulou & Buhalis, 2011), bem como o risco percebido (Buhalis *et al.*, 2005). Se os visitantes são confrontados com uma série de barreiras no estágio quatro do processo de tomada de decisão, torna-se bastante provável que estes abandonem a ideia de viajar (Buhalis *et al.*, 2005; Vlaanderen, 2001).

No estudo realizado por Neumann e Reuber (2004), 70,6% dos inquiridos com mobilidade reduzida davam importância ao fornecimento de informação aquando da preparação da viagem. Também outros autores têm vindo a realizar estudos no sentido de perceberem quais as principais fontes de informação que as pessoas com mobilidade reduzida usam. São de destacar:

- Opiniões/recomendações de amigos (Buhalis *et al.*, 2005; Darcy, 2006; Neumann & Reuber, 2004);
- Publicações gerais/específicas de turismo (Buhalis *et al.*, 2005; Neumann & Reuber, 2004);
- Agentes de viagens/operadores turísticos (Buhalis *et al.*, 2005; Neumann & Reuber, 2004);
- Internet (Buhalis *et al.*, 2005; Neumann & Reuber, 2004);
- Postos de turismo (Buhalis *et al.*, 2005);
- Boca-a-boca (Buhalis *et al.*, 2005; Darcy, 2006);
- Organizações de pessoas com mobilidade reduzida (Buhalis *et al.*, 2005).

Segundo Buhalis *et al.* (2005, p. 58), existe um conjunto de requisitos para que o fornecimento de informação, acerca da acessibilidade no destino, seja confiável. Para os autores,

- (i) a internet tem vindo a tornar-se numa fonte ideal de informação para os clientes com mobilidade reduzida, pois é uma forma de manter constantemente a informação atualizada, coisa que não é conseguida nos guias turísticos. Face a isto, e devido ao forte poder de marketing que o “passa-a-palavra” detém para o turismo, existe uma forte necessidade de incluir nos diferentes *sites* dos agentes da oferta depoimentos de pessoas com mobilidade reduzida que já usufruíram dos produtos. Estas depositam bastante consideração nas recomendações específicas dadas por outras pessoas com tipos de funcionalidade semelhantes, devido à sua significativa falta de confiança acerca da precisão das informações (Darcy, 2010b);
- (ii) deve ser tido em conta a prestação de informação turística através de organizações de pessoas com mobilidade reduzida ou que atuam em seu favor, visto deterem uma perspetiva confiável de acessibilidade. A possibilidade de se efetuarem reservas nos *sites* oficiais destas organizações é um ponto forte para aqueles que pretendem viajar.

Contudo, a informação disponível que deverá ser fácil de obter e em vários formatos (Tourism Review, 2008) é identificada, num estudo realizado por Packer *et al.* (2008), como imprecisa, incompleta e difícil de obter. Por vezes, os próprios prestadores de serviços não sabem como acolher as pessoas com mobilidade reduzida devido à falta de formação nesta área (Packer *et al.*, 2008). Darcy (1998) expõe na sua investigação alguns dos requisitos de informação que este grupo de pessoas precisa ter disponível para dar resposta às necessidades encontradas aquando do processo de planeamento da viagem: acesso ao alojamento, tipo de transportes acessíveis, WC's, parques de estacionamento e centros de saúde ou hospitais acessíveis, sinalização, e serviços no destino.

Eichhorn *et al.* (2008, p. 189) investigam os sistemas de acesso à informação como fontes informacionais e o seu potencial para dar resposta às necessidades informacionais dos visitantes com mobilidade reduzida, para que sintam que estas são significativas, confiáveis e úteis na escolha dos produtos turísticos. Os autores sustentam a existência de cinco componentes inter-relacionadas entre si, que permitem obter uma perspetiva mais holística das necessidades informacionais (Figura 3.12). Segundo um esquema relacional, os autores defendem que a informação disponibilizada deverá ser rica e confiável em termos de conteúdo, e disponíveis em fontes de informação adequadas para turismo. Esta poderá advir de troca de experiências entre turistas ou através de informações disponibilizadas pelos fornecedores do sistema turístico. Por fim, toda a informação deverá ser adaptada e orientada segundo o tipo de mobilidade reduzida e os níveis de acessibilidade. Para Ghijsels (2012, p. 40), mais que evitar a implementação de barreiras à participação em turismo é necessário prestar uma informação acerca da acessibilidade, para que os visitantes estejam preparados para o que irão encontrar no destino.

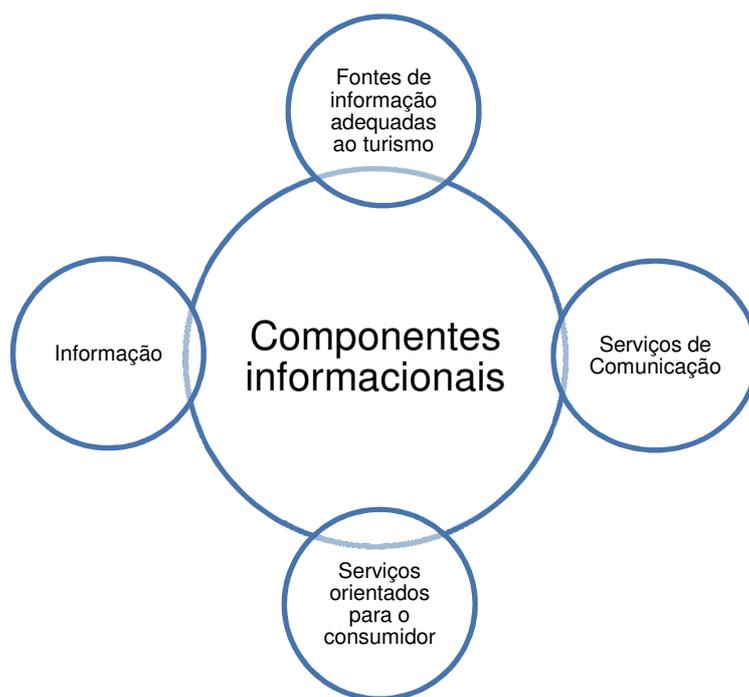


Figura 3.12 – Componentes das necessidades informacionais

Fonte: adaptado de Eichhorn *et al.*, 2008

No final do estudo, Eichhorn *et al.* (2008) afirmam que diferentes necessidades e diferentes percepções acerca da qualidade das fontes de informação ao dispor dos visitantes com mobilidade reduzida, levam a resultados de busca diferentes aquando o processo de tomada de decisão. Assim, quanto maior for a qualidade de uma determinada fonte de informação prestada por um ator do sistema turístico, maior será o nível de lealdade do turista para com esse ator e maior será o número de recomendações que este fará aos seus amigos, familiares e/ou conhecidos.

Portanto, a falta de informação é, como se pode comprovar através da revisão de literatura, uma das barreiras que mais influencia o processo de tomada de decisão, e que possui um forte impacto na experiência turística global. Para Lee *et al.* (2011, p. 2), a carência de informações sobre a acessibilidade e as instalações acessíveis é frequentemente citada como uma barreira à participação em turismo por parte do segmento do turismo acessível. O destino deve então, através dos agentes da oferta e aquando da receção de um visitante com mobilidade reduzida, estar preparado para informá-lo acerca dos espaços públicos e oferta de serviços acessíveis (transporte, restauração, passeios/excursões turísticas, comércio, informação turística, património cultural, entretenimento, desporto, saúde, etc.), para a possibilidade do recurso a serviços relacionados com produtos de apoio, apoio/serviços de assistência pessoal e de saúde, bem como para as condições de segurança existentes (Turismo de Portugal, 2012)

Contudo, a literatura referencia outras barreiras específicas que detêm um ambíguo impacto antes, durante e após a viagem, nomeadamente ao nível do ambiente (ex. atrações,

alojamento e transportes), e das atitudes dos prestadores de serviços face aos visitantes (Bi *et al.*, 2007; Daniels *et al.*, 2005; Darcy, 1998; Darcy, 2010b; Shaw & Coles, 2004; Devile, Kastenholtz *et al.*, 2010).

A construção mental, por parte da sociedade, do que é normal e anormal, contribui para a estigmatização e a estereotipação, e é uma consequência do processo de socialização (Daruwalla & Darcy, 2005). Isto, associado à falta de informação inerente ao sentimento de preconceito, faz com que barreiras interativas, nomeadamente as atitudes para com os visitantes com mobilidade reduzida, influenciem negativamente a viagem.

A falta de atendimento adequado e especializado demonstram ser uma nova questão para a qual a indústria turística se deverá começar a preocupar (Moura & Kastenholtz, 2010; Rhodda, 2012). É sabido que em turismo a receção a um visitante é um dos fatores cruciais para que a experiência turística seja positiva (Muller, 2012). Contudo, segundo Takeda e Card (2002, p. 58), este conjunto de barreiras ainda prevalece nos vários sectores da oferta turística, afetando negativamente a satisfação dos visitantes num nível igual ou superior ao das barreiras específicas da acessibilidade (Card, Cole, & Humphrey, 2006; Sansiviero & Dias, s.d.).

A entidade Turismo de Portugal lançou recentemente um guia de boas práticas de acessibilidade na hotelaria onde sugere algumas diretrizes para que o atendimento seja o mais correto. Entre elas destacam-se: (i) o posicionamento face-a-face com a pessoa e à mesma altura dos olhos do visitante em causa; (ii) o diálogo estabelecido deve ser com o próprio, salvo alguma indicação em contrário; (iii) o conhecimento das necessidades do cliente em matéria de acessibilidade e mobilidade, e da utilização dos equipamentos e dos serviços de informação e comunicação; (iv) acompanhamento do visitante ao quarto para identificar e providenciar alterações necessárias para a melhoria das condições de mobilidade; (v) prestação de informações/orientações solicitadas pelo cliente e (vi) a recolha de informação relativa à satisfação do cliente.

Assim, aquando do contacto com o visitante com mobilidade reduzida, se o atendimento tiver por base os pontos apresentados, nomeadamente através do conhecimento rigoroso acerca dos interesses específicos dos clientes, as suas capacidades, limitações e necessidades especiais, o funcionário perceberá mais facilmente o grau de ajuda necessário, e consequentemente a satisfação final do visitante será positiva.

Num estudo que permitiu comparar a que níveis eram sentidas as barreiras, quer para os visitantes, quer para os prestadores de serviços, Card *et al.* (2006), com base no estudo já realizado por Takeda e Card (2002), apresentam um modelo (Figura 3.13) assente em quatro eixos, que analisa as barreiras atitudinais e de acessibilidade em quatro sectores do sistema turístico: alojamento, restauração, atrações e transportes.

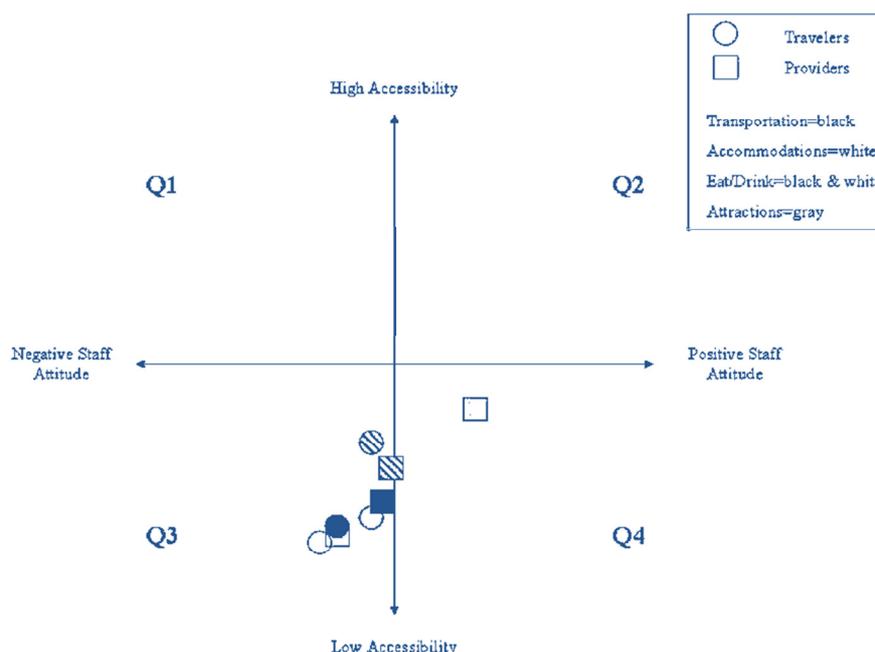


Figura 3.13 - Barreiras atitudinais e de acessibilidade em quatro sectores turísticos: comparação entre visitantes e prestadores de serviços

Fonte: Card *et al.*, (2006, p. 172)

As atrações turísticas são aquelas em que menos se sentem as atitudes negativas por parte dos prestadores de serviços. No entanto, o ideal seria que todos os sectores em estudo se encontrassem no quadrante número dois, contudo tal cenário não se verificou, ficando todos eles no quadrante número três, ou seja, com um nível de acessibilidade baixo e com atitudes negativas. Segundo Turco *et al.* (1998, citado por Takedo & Card, 2002), este cenário pode resultar do facto de a formação do pessoal ser insuficiente ou devido à sua sensibilidade e consciência em relação às pessoas com mobilidade reduzida. Esta ideologia vai ao encontro do defendido por Sansiviero e Dias (s.d.), Reis (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011) e Sigorelho (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011), que referem a necessidade de uma maior formação dos que operam na oferta de bens e serviços turísticos, a fim de conseguirem dar respostas concretas e fiáveis aos visitantes com necessidades de informação mais detalhada. Bi *et al.* (2007, p. 206) ressaltam que, aquando do seu estudo, estas foram as barreiras mais difíceis de superar para os visitantes, referindo também que estas são bastante influenciadas pelo nível funcional de cada visitante em todos os sectores, porém com menos incidência no sector das atrações.

No artigo publicado por Neumann (2012), o autor faz referência às boas práticas já implementadas na Alemanha. Este refere a existência de cursos qualificados cujo público principal é o dos profissionais de turismo. Implementado em alguns estados do país, o plano de estudos visa a abordagem a boas práticas de turismo acessível, bem como o visionamento de filmes acerca destas. Recentemente a ENAT colocou à disposição dos interessados um curso

inicial, via internet, designado de “*Introduction to Accessible Tourism*”, que permitia aos profissionais de turismo interessados nesta área adquirir estas mesmas competências.

As atitudes sociais, nomeadamente a sensação de exclusão social, a falta de conhecimento acerca da incapacidade por parte da população local, bem como dos agentes da oferta, e as atitudes negativas que, por vezes, os populares fazem sentir aos visitantes com mobilidade reduzida, reprimem a participação em turismo por parte destes (Daniels *et al.*, 2005; Lee *et al.*, 2011; McKercher *et al.*, 2003).

Se todo o conjunto de barreiras interativas apresentadas até ao momento influencia negativamente o decorrer da experiência turística, a falta de agências de viagens e operadores turísticos especializados aumenta a incerteza de uma viagem acessível e segura (Darcy, 2003). O pouco conhecimento que estes *stakeholders* têm acerca do tipo de mobilidade reduzida e das suas reais necessidades, bem como das ofertas existentes nos destinos de chegada, determina o insucesso no que diz respeito à capacidade de apoiar o cliente antes, durante e após a viagem.

Em síntese, as barreiras interativas quando existentes demonstram ser um verdadeiro entrave à participação em turismo. Assim, um destino depois de ser sustentavelmente acessível, é fundamental que apresente um conjunto de informações sobre a acessibilidade aos diferentes bens e serviços para que se avance com o turismo para todos e para que este, segundo Buhalis *et al.*, (2005 p. 22) evolua positivamente no aumento da quota de mercado das pessoas com mobilidade reduzida, tornando-o mais interessante a todos os níveis da oferta.

Por outro lado, é fundamental que esteja provido de pessoal devidamente formado nos vários serviços existentes, e que saiba responder corretamente às necessidades específicas do segmento de mercado do turismo acessível.

#### 3.7.1.4 - Barreiras Ambientais

As barreiras ambientais são as que os visitantes mais facilmente ultrapassam, em grande parte devido à consciencialização da sociedade para a aplicação dos princípios do Desenho Universal, bem como ao desejo destes em ter uma participação ativa no panorama turístico do destino.

Darcy (1998) aquando da sua investigação, cujo enfoque incidiu nas questões de acesso físico ao destino para as pessoas com incapacidades físicas, delimitou, segundo as respostas obtidas, algumas das barreiras à participação em turismo, bem como os principais requisitos de viagem. Dispostas segundo o grau de importância, os entrevistados referiram, como barreira mais encontrada, a acessibilidade no alojamento, seguindo-se a acessibilidade no destino

como um todo, os transportes para o destino, a acessibilidade das atrações e os transportes no destino (Darcy, 1998).

Esta informação vai ao encontro do conhecimento obtido através da realização de duas entrevistas exploratórias às seguintes entidades: (i) Associação Salvador, uma Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS), cuja missão é promover a integração das pessoas com deficiência motora na sociedade, e melhorar a sua qualidade de vida, e (ii) Accessible Portugal, a primeira agência de viagens especializada a operar em Portugal na área do Turismo Acessível. O Decreto-Lei nº 163/2006 de 8 de Agosto, assim como outros autores, como Darcy (2006), ENAT (2007), Devile, Kastenholz *et al.*, (2010), Carneiro, (2010), Pérez & Velasco, (2003) e Buhalis *et al.*, (2005); corroboram o estudo apresentado.

Segundo Reis (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011), consultora de viagens da Accessible Portugal, e Sigorelho (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011), colaboradora da Associação Salvador, as principais barreiras que estas entidades verificaram, aquando da visita aos espaços turísticos, centram-se na incoerência da informação, na acessibilidade às casas de banho e quartos dos empreendimentos turísticos, assim como na acessibilidade à restauração e às atrações turísticas. Contudo, Sigorelho (2011) acrescenta que também na área dos transportes inúmeras barreiras foram detetadas.

Contudo, Darcy e Pegg (2011, p. 475) sustentam que a mentalidade dos gestores começa a mudar, ao defenderem que a oferta de alta qualidade, no que diz respeito ao alojamento acessível, deverá ser um objetivo primário. Todavia, estes mesmos autores verificaram, no final da sua investigação, que os gestores evidenciam-se ainda pela falta de compreensão do que realmente é um alojamento acessível. Daí investigadores, como Vlaanderen (2001, p. 9), afirmarem que o alojamento turístico acessível é ainda um recurso escasso em toda a Europa.

Num quadro síntese apresentado por Darcy (1998, p. 207), o autor faz referência às necessidades gerais de acesso alusivas ao alojamento como um todo, especificando aquelas referentes ao quarto e casa de banho adaptados (Figura 3.14).

Alojamento em geral	Quarto acessível	Casa de banho acessível
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque de estacionamento;</li> <li>• Caminhos contínuos;</li> <li>• Existência de rampas de acesso;</li> <li>• Largura das portas;</li> <li>• Altura do balcão de recepção;</li> <li>• Assistência com a bagagem se necessário;</li> <li>• Altura da mesa dos restaurantes;</li> <li>• Espaço de circulação do corredor;</li> <li>• Espaço de circulação em todos os quartos;</li> <li>• Sinalização de acesso e direcção;</li> <li>• Bons níveis de iluminação;</li> <li>• Corrimãos apropriados;</li> <li>• Superfícies antideslizantes;</li> <li>• Ausência de degraus nos quartos;</li> <li>• Existência de elevadores;</li> <li>• Atendimento especializado 24 horas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposição e organização da mobília;</li> <li>• Posição dos armários, televisão, relógio, rádio, microondas, telefone, ar condicionado, comando da cama, mini-bar, etc.;</li> <li>• Altura da mesa;</li> <li>• Altura da cama;</li> <li>• Espaço de circulação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneiras de alavanca;</li> <li>• Posicionamento das torneiras no duche;</li> <li>• Local do espelho;</li> <li>• Posicionamento do lavatório e espaço na bancada para higiene pessoal;</li> <li>• Cadeira de banho adequada;</li> <li>• Localização dos corrimãos;</li> <li>• Posicionamento e altura da casa de banho;</li> <li>• Piso anti-derrapante;</li> <li>• Existência de roll-in shower.</li> </ul>

Figura 3.14 - Necessidades de acesso

Fonte: Darcy (2003, p. 207)

Para os visitantes este é um ponto bastante valorizado aquando a sua permanência num destino turístico (Sansiviero & Dias, s.d.; Vlaamderen, 2001), contudo, e devido à falta de conhecimento e à inexistência de uma atitude inclusiva (Darcy & Pegg, 2011) que impera no seio dos gestores, ainda continuam a ser visíveis as barreiras aquando da prestação do serviço (Darcy, 1998, 2003, 2010b; Darcy & Pegg, 2011; Guerra, 2003; Sansiviero & Dias, s.d.; Vlaanderen, 2001). Numa investigação concretizada por Darcy (2010b), o autor sustenta estas conclusões ao mencionar que diversos estudos revelaram que, no campo da oferta de alojamento turístico acessível, a inexistência de infraestruturas capazes de receber o segmento de mercado em estudo (devido ao incumprimento de alguma norma de acesso, à localização do estabelecimento de alojamento ou ao baixo nível de detalhe e precisão da informação respeitante ao alojamento em estudo) ainda se encontra visível no destino turístico.

Kastenholz *et al.* (2010), num estudo acerca da relevância da animação turística para o turismo acessível, questionaram os inquiridos acerca dos aspetos que achavam mais relevantes num alojamento considerado acessível. De entre as respostas salientam-se os aspetos relacionados com o equipamento de apoio à mobilidade, a existência de espaço para que a movimentação dentro do quarto seja possível, a existência de casas de banho acessíveis, a higiene, o conforto e a segurança como fatores importantes aquando da tomada de decisão. A investigação realizada por Burnett e Baker (2001) corrobora as autoras, acrescentando que os visitantes com mobilidade reduzida, a fim de melhorar a sua estada no destino, mudariam fatores como a amplitude do corredor, a direcção de abertura da porta, o lugar do interruptor da luz, a posição do telefone e de alguns móveis, e o piso do quarto.

Segundo a revisão da literatura, as variáveis rendimento, idade, estilo de vida, estado civil, situação de emprego (Burnett & Baker, 2001; Darcy, 1998, 2010b), nível de independência, nível de necessidades de apoio e de ajuda à mobilidade (Darcy, 2010b) são as que mais influenciam a escolha de um alojamento acessível.

Sogirelho (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011) destaca a necessidade do serviço primário num determinado alojamento ser acessível, ou seja, que toda a envolvente do quarto, casas de banho, corredores, elevadores, bem como o balcão de atendimento, estejam dotados de respostas acessíveis assentes no Desenho inclusivo. Reis (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011) corrobora este idealismo acrescentando que a plena acessibilidade de um empreendimento turístico é conseguida com o apoio domiciliário, quando requerido. Esta chama atenção para um exemplo de uma boa prática nesta área da oferta turística. O Hotel Villa Batalha, Portugal, foi construído de raiz com base no Desenho Inclusivo, proporcionando a oferta de 93 quartos completamente acessíveis, fáceis de adaptar caso a procura assim o pretenda. Este exemplo permite dar resposta a um número considerável de reservas para o mesmo dia de forma imediata e eficaz, face a estabelecimentos de alojamento que apenas possuem o número mínimo de quartos exigidos por lei.

Nas conclusões do estudo de Darcy (2010b) é possível verificar, mais uma vez, a importância da prestação de informações detalhadas, contudo referentes ao alojamento turístico. Para os entrevistados, o complemento desta, através de fotos que lhes permitam obter uma perceção mais pormenorizada acerca das dimensões espaciais do quarto e da casa de banho, leva a que a decisão de escolher determinado alojamento seja mais elevada. Esta informação pode estar disponível *on-line* no site oficial do alojamento, em revistas especializadas ou através do contacto direto aquando da reserva.

Contudo, esta ação exige que as entidades em causa tenham desenvolvida e aplicada uma cultura de acesso e um processo contínuo de formação e sensibilização para a incapacidade (Darcy, 2010b; Daruwalla & Darcy, 2005), que ainda não se encontra enraizado na mentalidade dos gestores do sector do alojamento (Darcy & Pegg, 2011). Assim, toda esta consciencialização por parte do sector do alojamento, e de outros do sistema turístico, permitirão o melhoramento da sustentabilidade económica e social das entidades (Darcy, 2010b), tornando-se numa vantagem competitiva para a entidade (Darcy & Pegg, 2011).

O transporte, elemento primordial na deslocação, quer do turista, quer dos residentes locais (Krpata, 2012a; Tóth & Dávid, 2010), é para um visitante com mobilidade reduzida um fator a ter em conta aquando da escolha de um destino. No entanto, este continua a possuir um elevado número de barreiras que dificultam a mobilidade e acessibilidade para, e nos, locais de interesse (Guerra, 2003).

Aquando da entrevista exploratória, Sigorelho (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011) exemplificou a que níveis os transportes podem ser inacessíveis: (i) espaço de circulação no

interior de um autocarro, (ii) porta de entrada com escadas, (iii) inexistência de rampas ou ascensores, (iv) falta de informação precisa, como é o exemplo, da empresa responsável pela frota de autocarros em Lisboa, que embora já possua alguns meios de transporte adaptados, o visitante nunca sabe a que horas e em que local este está disponível, (v) pontos de paragem sem qualquer abrigo, e (vi) falta de cidadania por parte da população local que estaciona nos locais reservados à paragem do autocarro, impossibilitando assim a aproximação ao passeio.

Contudo, atente-se o exemplo de boa prática no planeamento e acessibilização a transportes públicos. Em Viena, Áustria, o governo implementou um programa inovador, baseado em tecnologia de ponta, conjugado com o conhecimento científico na área da mobilidade, que permitiu a construção de soluções sustentáveis ao nível dos transportes. Ações, como colocação de rampas de acesso à entrada e saída dos transportes, entrada e saída rebaixada, máquinas de aquisição de bilhetes à altura correta para uma pessoa com determinada mobilidade reduzida, construção de plataformas elevatórias, superfícies táteis, entre outras, tornaram os transportes públicos mais acessíveis tanto a visitantes como a residentes locais (Krpata, 2012).

Ao nível das atrações turísticas, as principais barreiras apresentadas na literatura são a informação disponível nos painéis interpretativos e placas de identificação, bem como a altura a que se encontram, a falta de formação dos guias intérpretes, os meios audiovisuais, e a altura dos balcões de atendimento (Carneiro, 2010; Sigorelho, comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011). No que se refere à restauração, a altura das mesas e a falta de formação dos funcionários são as barreiras mais encontradas pelos visitantes (Reis, comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011; Sigorelho, comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011).

Lee *et al.* (2011, p. 3) defendem que, se as barreiras impostas às pessoas com mobilidade reduzida forem removidas, a sua participação no turismo aumentaria. Assim, os agentes que optarem por esta política terão benefícios significativos (Moura & Kastenholtz, 2010), pois estarão a apostar na qualidade dos produtos, e na sustentabilidade e competitividade do negócio (Silva, 2009). Israeli (2002, citado por Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010, p. 41) acrescenta que devem ser tidas em conta iniciativas operacionais e de marketing para aumentar a acessibilidade aos locais, o que posteriormente permitirá promover o melhoramento do destino através dos meios de comunicação mais adequados. Para isso, é necessário que exista uma cooperação forte entre os atores públicos e privados, entre as diferentes regiões do país, bem como entre os diferentes sectores do turismo (Muller, 2012).

Para Kastenholtz *et al.* (2010, p. 175), a oferta ao nível dos destinos turísticos está, na sua maioria, ainda pouco acessível, pois as barreiras específicas que os visitantes com mobilidade reduzida enfrentam não estão a ser analisadas e contempladas pelos gestores do turismo (Devile, Kastenholtz, *et al.*, 2010). Torna-se, assim, imperativo que esta comece a tomar consciência da necessidade de desenvolver produtos acessíveis baseados na diferenciação,

na inclusão social e no Desenho Universal, reconhecendo a diversidade humana e preconizando soluções (Devile *et al.*, 2010; Montes & Aragall, 2009).

O esquema síntese da Figura 3.15 revela a que nível o conjunto de barreiras influenciam toda a viagem de um visitante com mobilidade reduzida. Desde a região de origem à região de destino, este enfrenta inúmeras barreiras, integradas nos quatro grupos estudados. É assim importante que os agentes da oferta e demais responsáveis, nomeadamente os que operam na região de destino, mas que influenciam a informação que chega às regiões de origem e de trânsito, tenham em atenção os critérios mínimos de acessibilidade na cadeia de serviços turísticos.

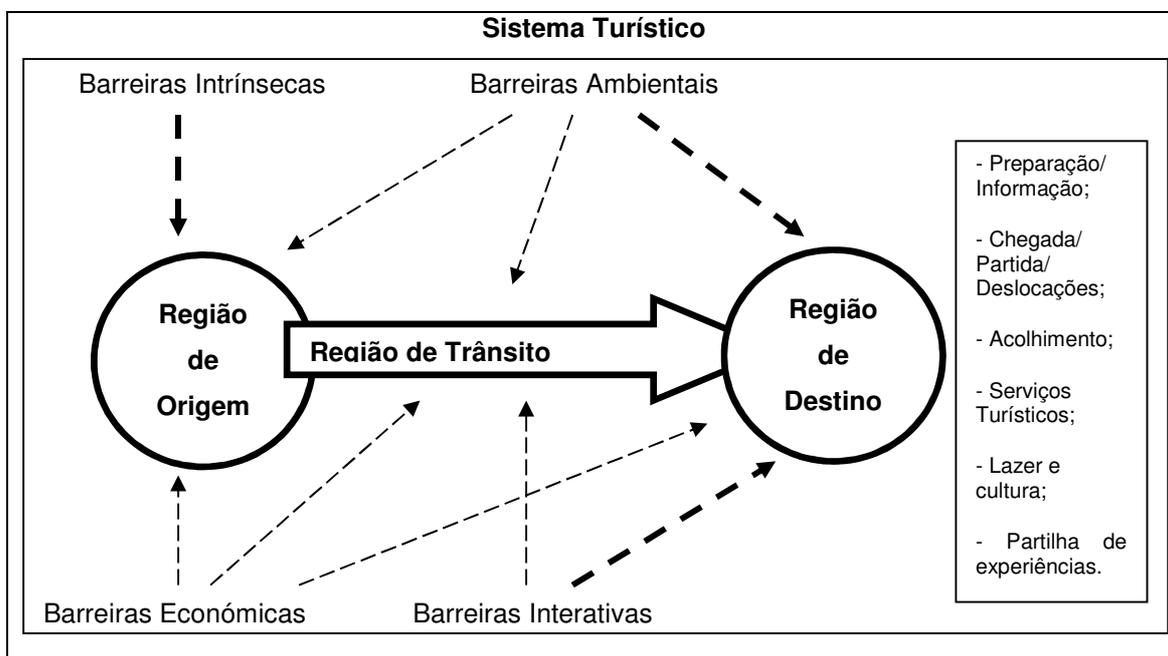


Figura 3.15 - A incidência dos quatro grupos de barreiras ao longo da viagem

Fonte: elaboração própria com base em Buhalis *et al.* (2005); Ozturk *et al.* (2008); Packer *et al.* (2008); Peixoto & Neumann (2009); Smith (1987)

Contudo, e antes de finalizar este capítulo teórico, e de forma a compilar toda a informação recolhida ao longo da revisão de literatura, o Quadro 3.5 sistematiza todo o tipo de barreiras interativas, económicas, atitudinais e ambientais que os visitantes com mobilidade reduzida enfrentam aquando da decisão de viajar. Esta sustentará a formulação das entrevistas da parte prática da tese.

Quadro 3.5 - Quadro síntese do tipo de barreiras à participação em turismo

Dimensões	Barreiras	Autores
Ambientais	<p><b>Restrições nos transportes:</b> <u>antes, durante e após a viagem</u> - falta de transportes públicos acessíveis (ex. autocarros, comboios); inacessibilidade nas paragens dos transportes públicos; baixa acessibilidade nos transportes aéreos; entrada não acessível (sem escadas e com porta automática); ausência de sinal de emergência audível e visível; ausência de lugares reservados e adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.</p>	<p>Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Daniels <i>et al.</i>, 2005; Darcy, 2010a; Darcy <i>et al.</i>, 2011; Darcy &amp; Ravinder, 2012; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Krpata, 2012b; Lee <i>et al.</i>, 2011; Ozturk <i>et al.</i>, 2008; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011; Small, Darcy, &amp; Packer, 2011</p>
	<p><b>Alojamento:</b> <u>Geral</u> – ausência de elevadores; rampas de acesso inclinadas e por vezes sem corrimão e/ou com piso escorregadio ou irregular; falta/ reduzido número de lugares reservados apropriados a pessoas com mobilidade reduzida nos estacionamento; inexistência de caminho contínuo do estacionamento até à entrada do alojamento; entrada inacessível (portas estreitas, pesadas ou com abertura incorreta, existência de escadas); balcão de receção não rebaixado; ausência de sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso; espaço reduzido de circulação dentro do alojamento e na zona envolvente a este; falta de acessibilidade aos espaços comuns e a equipamentos de lazer; inacessibilidade nos serviços de restauração (ex. pequenos almoços); serviço de quartos não disponível 24 horas; iluminação inapropriada das zonas comuns (ex. falta de iluminação automática); ausência de identificação tátil das várias instalações.</p> <p><u>Casas-de-banho</u> - posicionamento do lavatório desajustado; inexistência de cadeira de banho; localização inapropriada das barras de apoio; ausência de chão antiderrapante e com diferentes cores e texturas; falta de um <i>roll-on shower</i>; a não colocação do suporte de toalhas e de papel higiénico, bem como os dispositivos de iluminação, a uma altura de apropriada; ausência de alarme sonoro e luminoso, com os terminais de ativação colocados a uma altura conveniente.</p> <p><u>Quarto</u> - falta de quarto adaptado; localização dos quartos; acesso ao interior do quarto (chave ou cartão); ausência de mobiliário rebaixado; disposição da mobília desajustada; largura das portas inapropriada; ausência de superfície tátil informativa; falta de sinal de emergência audível e visível; dificuldade de acesso aos comandos da TV e telefone; não permissão de um cão guia; espaço próprio para a estada do cão; acesso dificultado ao varão do roupeiro, bem como aos cabides; altura da cama desajustada; ausência de controlos da cama ou não visíveis; falta de minibar para medicação; impossibilidade ou não acesso ao controlo da temperatura do quarto.</p>	<p>Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy <i>et al.</i>, 2011; Darcy &amp; Pegg, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Michopoulou &amp; Buhalis, 2011; Ozturk <i>et al.</i>, 2008; Papamichail, 2012; Poria, Reichel, &amp; Brandt, 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011</p>
	<p><b>Atrações:</b> arquitetura dos edifícios; ausência de caminho contínuo; falta de sinais de direção e acesso; falta de estacionamento reservado; espaço de circulação limitado; entrada inacessível (com escadas e sem porta</p>	<p>Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Darcy, 1998, 2010a; Darcy <i>et al.</i>, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Lee <i>et al.</i>, 2011;</p>

### Capítulo 3 – O Turismo Acessível

	automática); ausência de superfícies tácteis informativas; sinal de emergência não audível e visível; ausência de identificação tátil das várias instalações.	Michopoulou & Buhalis, 2011; Packer <i>et al.</i> , 2008; Poria <i>et al.</i> , 2011; Shaw & Veitch, 2011; Small & Darcy, 2011
	<b>Arquitetura da cidade:</b> <u>Vias públicas</u> – Irregularidade das calçadas; existência de escadas; ausência de caminho contínuo; pouco espaço de circulação; poucos estacionamentos reservados; ausência de sinais sonoros nas passadeiras; falta de sinalização específica; inclinação das ruas; iluminação. <u>Edifícios</u> – entradas inacessíveis; ausência de identificação tátil das várias instalações.	Buhalis & Michopoulou, 2011; Cameron & Darcy, 2012; Eichhorn & Buhalis, 2011; Ghijsels, 2012; Lee <i>et al.</i> , 2011; Ozturk <i>et al.</i> , 2008; Packer <i>et al.</i> , 2008; Shaw & Veitch, 2011
	<b>Serviços de apoio:</b> <u>Restauração</u> – falta de estacionamentos reservados; altura das mesas desajustada; pouco espaço de circulação; inexistência de um cardápio em vários formatos (braille, com letra grande, etc.); sinal de emergência pouco audível ou mesmo invisível; ausência de identificação tátil das várias instalações. <u>Lojas de conveniência e/ou centros comerciais</u> – entrada inacessível (com escadas e sem porta automática); ausência de superfícies tácteis informativas; sinal de emergência pouco audível ou mesmo invisível; ausência de identificação tátil das várias instalações.	Buhalis & Michopoulou, 2011; Cameron & Darcy, 2012; Darcy <i>et al.</i> , 2011; Poria <i>et al.</i> , 2011; Shaw & Veitch, 2011; Small & Darcy, 2011
	<b>Obstáculos naturais</b>	Lee <i>et al.</i> , 2011
<b>Interativas</b>	<b>Provisão de informação:</b> <i>site</i> inacessível; informação incompleta e desatualizada; falta de formação que permita prestar informações corretas; falta de conhecimento especializado; falta de brochuras acerca de turismo acessível; tamanho do texto desajustado nas diversas impressões; ausência de informação em formato áudio e/ou <i>braille</i> ; linguagem usada não apropriada; falta de imagens que completem a informação.	Buhalis & Michopoulou, 2011; Cameron & Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy <i>et al.</i> , 2011; Eichhorn & Buhalis, 2011; Eichhorn <i>et al.</i> , 2008; Ghijsels, 2012; McKercher <i>et al.</i> , 2003; Michopoulou & Buhalis, 2011; Packer <i>et al.</i> , 2007; Packer <i>et al.</i> , 2008; Puhretmair & Nussbaum, 2011; Rhodda, 2012; Shaw & Veitch, 2011; Small & Darcy, 2011; Small <i>et al.</i> , 2011; Veitch & Shaw, 2011; Williams, Rattray, & Anthony, 2006
	<b>Atitudes sociais:</b> sensação de exclusão social; sensação de que não é “bem-vindo”; falta de conhecimento; atitudes negativas da população local.	Bi <i>et al.</i> , 2007; Packer <i>et al.</i> , 2008; Shaw & Veitch, 2011; Small <i>et al.</i> , 2011
	<b>Atitudes dos funcionários:</b> falta de conhecimento específico acerca das diferentes limitações dos visitantes; falta de formação; falta de capacidade para responder às necessidades dos visitantes; problemas de comunicação (braille, linguagem gestual); falta de sensibilidade dos gestores para a necessidade de formação dos empregados.	Bi <i>et al.</i> , 2007; Card <i>et al.</i> , 2006; Christofle & Massiera, 2009; Darcy, 2010b; Darcy & Pegg, 2011; Eichhorn & Buhalis, 2011; Lee <i>et al.</i> , 2011; Ozturk <i>et al.</i> , 2008; Packer <i>et al.</i> , 2008; Poria <i>et al.</i> , 2011; Rhodda, 2012; Richards <i>et al.</i> , 2010; Shaw & Veitch, 2011; Small <i>et al.</i> , 2011; Takeda & Card, 2002; Yau <i>et al.</i> , 2004
	<b>Agências de viagens e/ou Operadores Turísticos pouco especializados</b>	Christofle & Massiera, 2009; Darcy, 2010a; McKercher <i>et</i>

Capítulo 3 – O Turismo Acessível

		<i>al.</i> , 2003; Ozturk <i>et al.</i> , 2008; Rhodda, 2012; Small <i>et al.</i> , 2011; Takeda & Card, 2002
<b>Económicas</b>	<b>Rendimento disponível</b>	Bi <i>et al.</i> , 2007; Daniels <i>et al.</i> , 2005; Guerra, 2003; Shaw & Coles, 2004; Small <i>et al.</i> , 2011
	<b>Preço dos produtos</b>	Shaw & Coles, 2004
	<b>Gastos adicionais</b> – compra e/ou aluguer de equipamento de apoio extra; necessidade de assistência personalizada.	Bi <i>et al.</i> , 2007; Lee <i>et al.</i> , 2011; McKercher <i>et al.</i> , 2003; Packer <i>et al.</i> , 2008
<b>Intrínsecas</b>	<b>Falta de conhecimento acerca das opções disponíveis</b>	Daniels <i>et al.</i> , 2005; Guerra, 2003; Lee <i>et al.</i> , 2011; McKercher <i>et al.</i> , 2003
	<b>Problemas de saúde</b>	Daniels <i>et al.</i> , 2005; Lee <i>et al.</i> , 2011; McKercher <i>et al.</i> , 2003
	<b>Ineficácia social</b> – preconceito.	Daniels <i>et al.</i> , 2005; Lee <i>et al.</i> , 2011; McKercher <i>et al.</i> , 2003
	<b>Dependência física e psicológica</b> - necessidade de acompanhamento.	Daniels <i>et al.</i> , 2005; Lee <i>et al.</i> , 2011
	<b>Estado psicológico dos visitantes</b> - Perceção da incapacidade; falta de autoconfiança (ex. 'viajar não é para mim nem é uma forma de me divertir'); personalidade; inexistência de viagens confortáveis; más experiências turísticas anteriores.	Christofle & Massiera, 2009; Daniels <i>et al.</i> , 2005; Guerra, 2003; Lee <i>et al.</i> , 2011; Wright, 2012; Yau <i>et al.</i> , 2004

Fonte: elaboração própria

## 3.8 Boas práticas

O presente subcapítulo visa apresentar casos, nacionais e internacionais, de boas práticas na área do turismo acessível que sirvam de base de conhecimento para a análise e discussão dos dados recolhidos na parte empírica. A sua abordagem será uma fonte adicional de saber que enriquecerá a investigação na fase de apresentação e discussão dos resultados, bem como na nas respetivas conclusões.

Com a revisão da literatura já efetuada podemos concluir que, e embora ainda haja um longo caminho a percorrer, os agentes da oferta começaram já a ficar consciente para a importância do segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida. A *Accessible Portugal*, agência de viagens e empresa de animação turística (Figura 3.16) e a *Enable Holidays* (Figura 3.18), agência de viagens, são os dois primeiros exemplos de boas práticas que se pretende abordar, e que vão de encontro ao referido.

### 3.8.1 *Accessible Portugal*

A *Accessible Portugal*, o primeiro exemplo a ser abordado, abriu portas em 2005, e caracteriza-se por ser um projeto inovador no nosso país. Ana Garcia, fundadora deste negócio, sustenta que este surgiu com a perceção de uma falha na oferta turística: a inexistência de infraestruturas e serviços de apoio que dessem resposta a pessoas com mobilidade reduzida (Devile, Garcia, et al., 2010; Pratas & Garcia, 2009; Silva, 2010).



Figura 3.16 – Logotipo da *Accessible Portugal*

Aquando das viagens em família, a empresária deparava-se com inúmeras barreiras que dificultavam o acesso a produtos turísticos e minimizavam a satisfação global. Assim, e com o intuito de responder, primordialmente, às necessidades especiais do segmento de mercado em estudo, como um todo, o principal objetivo da criação da entidade era retirar toda a preocupação de quem viaja e proporcionar-lhe acessibilidade a todos os níveis (Devile, Garcia et al., 2010; Prates & Garcia, 2009). O seu princípio de atuação sugere a “integração e interação com a realidade dos locais visitados, adaptando-os fisicamente, em vez de criar programas dirigidos a turistas com mobilidade reduzida” (Silva, 2010, p. 262).

Contudo, a missão a que se propôs vai mais além do segmento alvo dos visitantes com mobilidade reduzida, pois, para esta entidade, é necessário dar resposta a familiares e amigos (Design for All Institute of India, 2012).

Esta entidade já recebeu diversos prémios e distinções. Em 2006, o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) premeia a entidade, através do Programa Empreenda 06, devido à sua ideia de negócio inovadora. O “Prémio Turismo de Portugal na Categoria melhor Serviço”, em 2008, foi o reconhecimento, por parte da entidade máximo do turismo em Portugal, do trabalho importante que a entidade desenvolveu até então. Passados dois anos, e em parceria com a Câmara Municipal da Lousã, o IAPMEI, que antes já tinha reconhecido o trabalho concretizado, atribui o prémio *European Enterprise Awards*, devido ao trabalho desenvolvido na internacionalização do projeto “Lousã, Destino de Turismo Acessível”.

Todavia a recompensa pelo excelente trabalho veio de outras entidades além fronteiras, e em 2010 a ENAT abre portas à *Accessible Portugal*, ficando celebrado entre ambas o *Code of Good Conduct*. No ano seguinte a *Design For All Foundation* premeia a marca “*AccessFuture*”, criada em parceria com a empresa *Essentia*, pelo modelo conceptual aplicado para o desenvolvimento de um Destino de Turismo Acessível;

O último reconhecimento pelo excelente trabalho efetuado foi feito no presente ano pela Universidade de Aveiro através da atribuição do Prémio de Inovação Social, no âmbito da Bolsa de Inovação em Turismo, uma iniciativa integrada na Conferência Internacional INVTUR 2012.

Todo este mediatismo é fruto de um forte trabalho de campo e em equipa, e sustentado em valores de ética, responsabilidade, sustentabilidade, inovação, comunicação e transparência, que alavancam a entidade para panoramas nacionais e internacionais de excelência. Como referido no *site* oficial, a entidade está ciente de que o turismo acessível é, acima de tudo, uma oportunidade, que atenua as desigualdades, e que a acessibilidade no turismo é cada vez mais um fator de diferenciação e de competitividade para os territórios, segundo uma intervenção proactiva.

O trabalho da entidade encontra-se assente em princípios base específicos, como a prestação de informações claras e inequívocas: o levantamento de informações ao nível do alojamento, restaurantes, museus, salas de espetáculos e outros pontos de interesse turísticos, segundo critérios rigorosos, recurso a entidades internacionalmente conhecidas, como é o exemplo da ENAT e da *Society for Accessible Travel and Hospitality*, para a seleção de parceiros internacionais; e inclusão de meios de transportes capazes de dar resposta aos turistas com incapacidade (Silva, 2010).

Como verificado nos subtemas anteriores, o processo de planear e realizar uma viagem acessível é bastante complexo. No entanto, a empresa, através de mecanismos capazes, e

devidamente equipados, assegura a existência de transporte e alojamento acessível, a ida a restaurantes, museus e locais de interesse histórico acessíveis; apoio personalizado; aluguer de produtos de apoio e atividades devidamente adaptadas aos gostos dos clientes (Devile, Kastenholz, *et al*, 2010). Prates e Garcia (2009, p. 174) referem um conjunto de fatores que a *Accessible Portugal* considera aquando do planeamento de uma viagem turística acessível. A informação contida na Figura 3.17 vai ao encontro do conhecimento que se conseguiu apurar no decorrer da entrevista a Reis (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011), assim como à revisão da literatura.

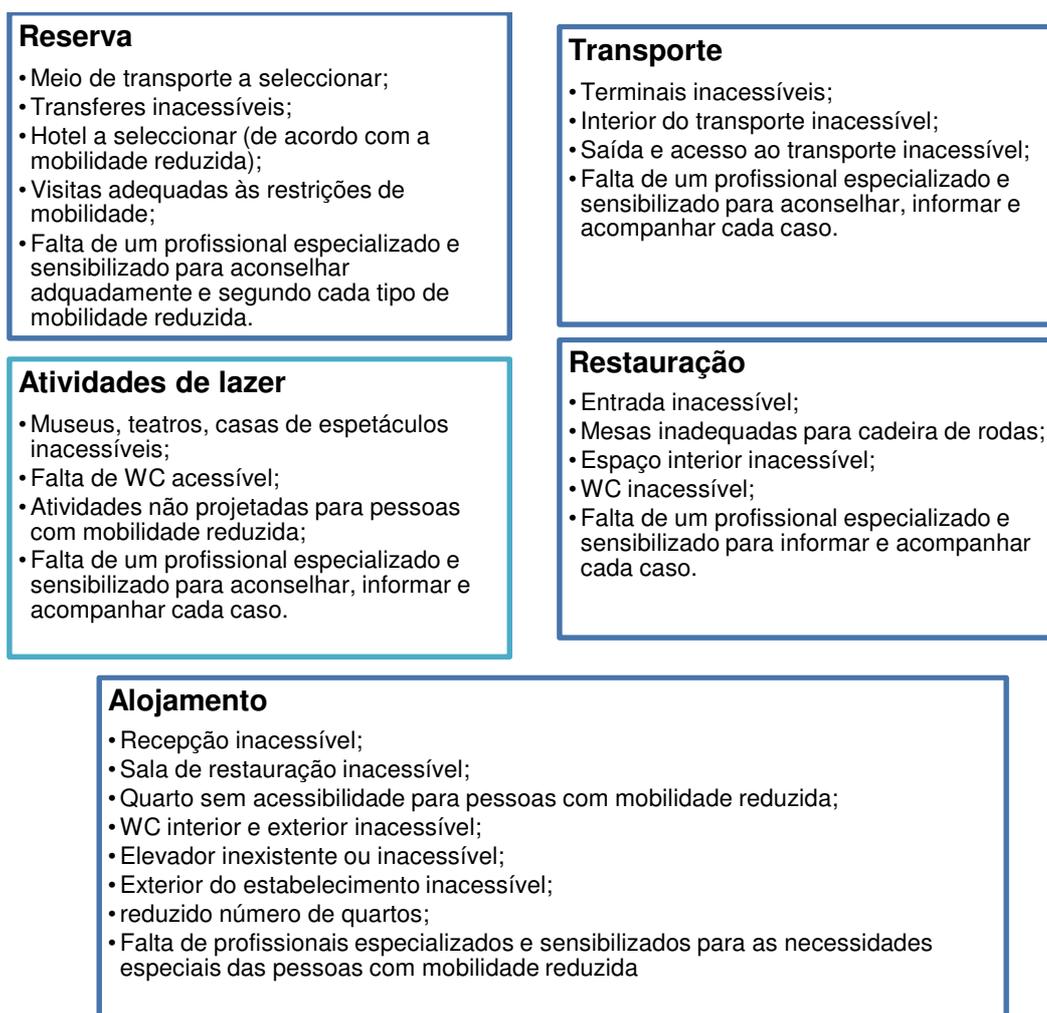


Figura 3.17 – Problemas a considerar no planeamento de uma viagem turística acessível

Fonte: adaptado de Prates e Garcia (2009, p. 174)

Porém, a *Accessible Portugal* não proporciona apenas um conjunto de pacotes turísticos com vista a satisfazer as necessidades específicas daqueles que pretendem viajar: Esta, através de ações de extrema relevância para o sistema turístico, nomeadamente no que diz respeito ao

lado da oferta, atua em mais duas áreas bastante importantes, particularmente na área da consultoria e formação, bem como na prestação de serviços de apoio à viagem (Figura 3.18).

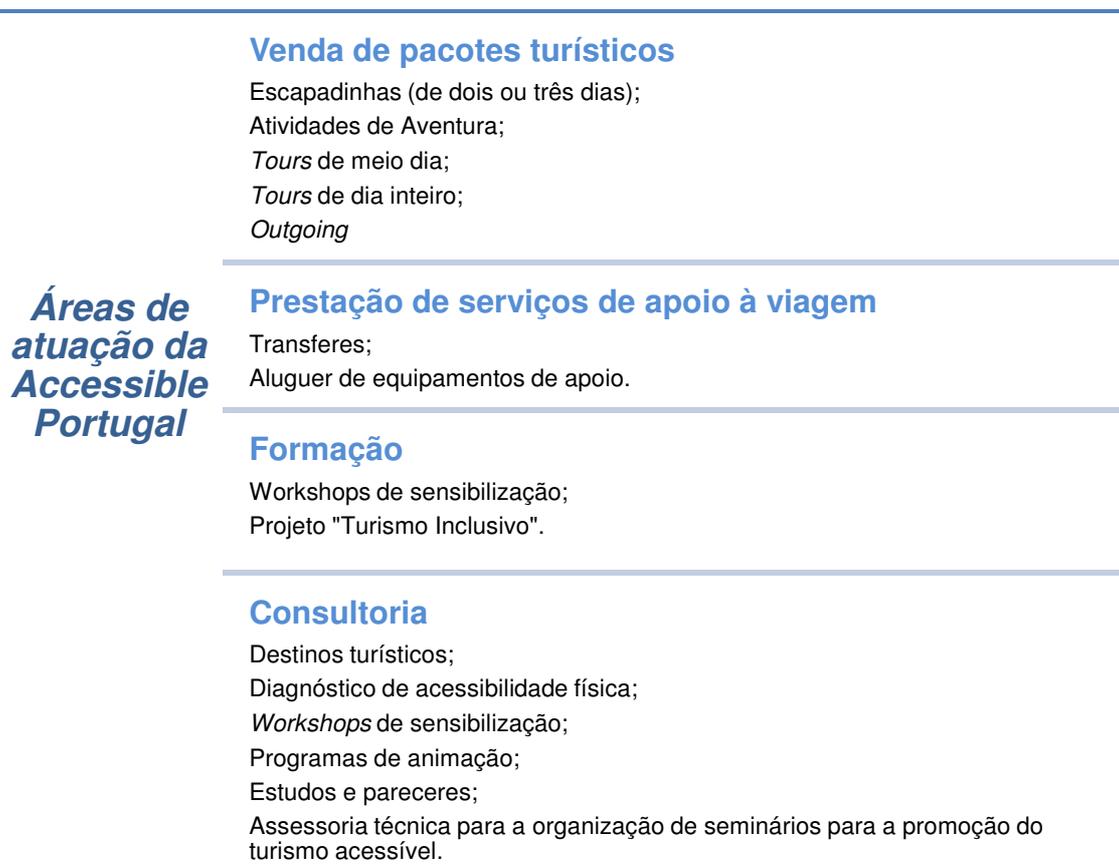


Figura 3.18 – Áreas de atuação da *Accessible Portugal*

Fonte: Elaboração própria

Relativamente aos pacotes turísticos vendidos, a entidade, que aposta fortemente na promoção do nosso país, tem para oferecer *tours* já programados, ou caso o cliente o deseje, feitos à sua medida, e visam proporcionar aos visitantes com mobilidade reduzida a possibilidade de realizarem férias de forma segura e acessível. Dentro dos *tours* já delimitados, o cliente pode escolher entre um conjunto de oito escapadinhas, que se caracterizam por ter uma duração de dois ou três dias e serem em destinos nacionais; *tours* de meio-dia na cidade de Lisboa; e *tours* de dia inteiro com a possibilidade de se optar por nove destinos diferentes. Caso assim o pretenda, o visitante tem a possibilidade ainda de usufruir de atividades de aventura, nomeadamente salto tandem, mergulho, passeio em moto4, passeio em Joëlette, voo planador, entre outros.

Contudo, e numa aposta conjunta de todos os colaboradores, a *Accessible Portugal* começa a apostar no *outgoing* por forma a facilitar aos seus clientes o conhecimento de novos pontos de interesse turístico, primando sempre pela segurança e qualidade dos operadores e parceiros turísticos.

De referir que os pacotes para destinos nacionais incluem: (i) transporte acessível em carrinha adaptada e com ar condicionado; (ii) serviço de guia; (iii) seguro de viagem; (iv) entrada nos monumentos; e (v) estadia em hotéis adaptados.

Devido ao conhecimento que a *Accessible Portugal* detém face às especificidades do turismo acessível, proveniente da experiência e contato direto com os visitantes, permite que a sua atuação na área da formação profissional seja vista como imprescindível e extremamente essencial. Cientes da necessidade inquestionável de qualificar, sensibilizar, consciencializar e formar pessoas capazes de oferecer produtos turísticos acessíveis, leva-a a querer dar o passo evolutivo no sentido de diferenciar competitivamente a oferta turística, por forma a criar em Portugal diferentes destinos que se caracterizem pela excelência e primazia, no que diz respeito à acessibilidade. Assim, estão previstas na política da empresa iniciativas de sensibilização ao turismo acessível, através de *workshops* que visam dar a conhecer as suas especificidades e necessidades que urgem por uma resposta eficaz, sem barreiras e que vá ao encontro das carências específicas de cada visitante.

O mais recente projeto ao qual a entidade em estudo se aliou intitula-se de “Turismo Inclusivo – Competências de atendimento de pessoas com deficiência”. Através da transmissão de conhecimentos, enquanto especialista na área do turismo acessível, colaborou no processo de identificação das diferentes necessidades e respetivas competências. O projeto visa, numa primeira fase, e sustentado numa forte participação das pessoas com mobilidade reduzida, de associações ligadas à deficiência e entidades do setor do turismo, contribuir para a concretização de uma política nacional que leve à inclusão das pessoas com deficiência, nomeadamente no que concerne ao seu acesso aos serviços turísticos. A segunda fase tem como objetivo principal qualificar os profissionais de turismo, em todas as áreas de prestação de serviços, bem como nas várias fases do processo turístico.

Numa iniciativa promovida pela CECD-Mira Sintra, na qualidade de entidade promotora e coordenadora do projeto, em parceria com a PERFIL, o Turismo de Portugal e o Instituto Nacional para a Reabilitação (INR), os objetivos específicos visam (Turismo Inclusivo, 2012):

- Identificação e descrição das necessidades especiais sentidas pelas pessoas com deficiência, em matéria de acolhimento – atendimento – serviço, nas empresas e outras organizações do sector do turismo, cujo produto final será um documento com toda a informação recolhida.
- Identificação e formulação das competências profissionais, em matéria de atendimento e de serviço, correspondentes à satisfação das necessidades especiais identificadas, cujo produto final será um documento com toda a informação recolhida.
- Conceção e construção de um pacote de formação dirigido ao desenvolvimento das competências profissionais identificadas, com vista à criação de conteúdos formativos apresentadas em quatro suportes-tipo: Guia do/a formador/a, Slides, Manual do/a Formando/a e Aplicação Interativa.

- Disseminação e promoção dos produtos construídos, junto das pessoas e entidades potencialmente interessadas, tendo em vista desencadear uma forte dinâmica de procura e utilização, que culminará num anúncio publicitário que chame a atenção para a existência e utilidade de todo o conjunto de meios produzidos e que motive a sua procura no que diz respeito à sua aquisição.

Todo o projeto levado a cabo pelas entidades referidas, e com o apoio de particulares e outras empresas, bem como a concretização dos objetivos propostos, permitiu que na atualidade este faça parte da Lista Nacional de Qualificações nas áreas da hotelaria, restauração e animação turística.

A necessidade de prestação de serviços de consultoria é, na opinião da *Accessible Portugal*, uma forma de criar oportunidades de negócio aptas a dar resposta a uma procura turística em crescimento, contudo que continua a não deter uma oferta qualificada.

Assente na ideologia de que é necessário a criação e desenvolvimento de condições à prestação de serviços acessíveis, por forma a incrementar a qualidade e aumentar a sustentabilidade turística, a entidade apresenta diversas propostas ligadas à área da consultoria, nomeadamente no que se refere a (i) destinos turísticos com a aplicabilidade do Desenho de *AcessFuture*, isto é, através de uma parceria com a com a empresa *Essentia*, pretende que os territórios estejam dotados de ferramentas necessárias para o desenvolvimento do turismo acessível, assim como para a atração do segmento de mercado dos visitantes com mobilidade reduzida; (ii) diagnóstico de acessibilidade física, através da identificação de pontos fortes e constrangimentos presentes nos diferentes agentes da oferta; (iii) *workshops* de sensibilização, destinados àqueles que profissionalmente trabalham serviços de oferta turística; (iv) programas de animação, que permitem simular no terreno experiências e atividades turísticas; (v) estudos e pareceres, ligados à análise de mercado do turismo acessível; e (vi) assessoria técnica para a organização de seminários com a finalidade de promover o turismo acessível.

Exemplo do que tem sido feito nesta área são trabalhos como:

- Consultoria à elaboração do Guia de Acessibilidade na Hotelaria, a cargo do Turismo de Portugal (ano de 2012);
- Levantamento das acessibilidades nos Roteiros Turísticos do Património Mundial Classificado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) (ano de 2010);
- Desenvolvimento do produto turístico do Projeto Lousã - Destino de Turismo Acessível (ano 2010 e 2011), entre outros.

Em suma, a sua missão final de proporcionar um turismo de excelência, assente na oferta de produtos de qualidade e com recursos humanos competentes e formados (Prates & Garcia, 2009), permite que este seja um caso de boas-práticas, e que os agentes da oferta turística

poderão ter como base de conhecimento para adaptar em iniciativas semelhantes, para que se consiga um turismo de qualidade assente na competitividade e na sustentabilidade.

### 3.8.2 Enable Holidays

A *Enable Holidays* (Figura 3.19) é uma agência de viagens a operar na área do turismo acessível a partir do Reino Unido, sendo que os destinos vendidos encontram-se espalhados um pouco por todo o mundo. Neste ponto esta entidade diferencia-se da anteriormente analisada, pois promove na sua maioria viagens para o exterior. O país de origem, enquanto detentor de património rico e cheio de diversidade turística, é exaltado pela *Acessible Portugal*, enquanto a *Enable Holidays* pretende mostrar um conjunto diversificado de outros destinos que não aquele onde operam.



Figura 3.19 – Logotipo da Enable Holidays

Dotada de colaboradores especializados e com formação em acessibilidade a infraestruturas turísticas, a entidade visa a venda de viagens adaptadas a diferentes níveis de necessidades especiais de pessoas com mobilidade reduzida. Segundo um conjunto de cerca de 150 premissas, assentes em critérios detalhados que visam a eliminação de barreiras, aqueles que por deliberação da *Enable Holidays* visitam os locais a incluir nas brochuras, levam a cabo um rigoroso processo de auditoria para que nada falhe aquando da viagem.

Os serviços oferecidos incluem voos a partir de grande parte dos aeroportos do Reino Unido, estadia em hotéis, *resorts*, apart-hotéis e moradias adaptadas, devidamente auditadas e classificadas, transferes em veículos adaptados, equipamentos de mobilidade para alugar, e seguros de viagem.

Esta agência de viagens sobressai pelo uso de uma metodologia assente num sistema de diferenciação das necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida. Aquando a visita ao destino, os colaboradores recolhem o máximo de informação imprescindível para conhecer a realidade deste, no que se refere às premissas de acessibilidade que vão ao encontro dos diferentes níveis de mobilidade reduzida, e subdividem-na segundo três grupos classificativos – E1, E2 e E3.

Quando uma determinada infraestrutura turística é classificada com E1 quer dizer que possui um nível de acesso razoavelmente bom. Contudo, podem ser encontradas uma ou duas barreiras, contornadas com, por exemplo, algumas rampas de acesso. Os quartos não estão adaptados, bem como as casas de banho neles contidas.

A classificação E2 refere-se a uma propriedade com acessibilidade para pessoas em cadeira de rodas. Os quartos são grande o suficiente para que um visitante em cadeira de rodas possa facilmente deslocar-se no seu interior. No entanto, os quartos poderão não estar adaptados ao nível, por exemplo, da mobília, e pode acontecer que a casa de banho também não esteja devidamente equipada. A necessidade de recorrer a rampas de acesso para chegar a determinado lugar poderá ser essencial.

Por fim, a classificação E3, aquela que se caracteriza por deter uma acessibilidade mais eficaz face às outras, apresenta quartos mais equipados para receber pessoas com mobilidade reduzida. O espaço de circulação é amplo e possuem casas de banho devidamente adaptadas.

Contudo, aquando a consulta da brochura informativa, o visitante pode obter outras informações nomeadamente a existência de táxis, piscinas, chuveiros adaptados, e diferentes opiniões acerca da entidade em causa proferidas pelos colaboradores que a visitaram.

Numa análise comparativa das duas entidades estudadas, poder-se-á inferir que ambas têm eminente na sua política de trabalho a preocupação de providenciar um conjunto de serviços devidamente adaptados, que permitam o usufruto de produtos turísticos também adaptados. Todavia, dever-se-á salvaguardar o trabalho personalizado que a *Accessible Portugal* produz. Os visitantes são, ao longo de todo o percurso que adquirem, acompanhados por guias especializados que permitem colmatar eventuais situações constrangedoras que possam emergir, e apoiá-los sempre que seja necessário.

Como verificado na literatura, existe ainda um longo caminho a percorrer, especialmente no que diz respeito à produção de viagens acessíveis por parte de agências de viagens. Todavia, e sozinhas, estas não conseguem produzir pacotes de viagens totalmente acessíveis, pelo que é necessário que se pressione os outros agentes da oferta no sentido de criarem condições para a receção de pessoas com mobilidade reduzida. É, assim, importante emergir forças no sentido de se encurtar um percurso que se avizinha longo, mas que trará benefícios ao nível económico, social, cultural e ambiental.

### 3.8.3 Lousã, Destino de Turismo Acessível

O território nacional caracteriza-se por conter destinos, cuja diversidade de riqueza história, monumental e humana, são a base de uma indústria turística com cada vez mais importância aos olhos daqueles que os procuram e daqueles que os promovem. Contudo, e como referido

na literatura especializada, Portugal não é exceção, no que se refere à existência de um número ainda reduzido de pequenos, mas interligados, destinos turísticos de excelência na área do turismo acessível. Todavia, começam a surgir, no nosso país, destinos cujas entidades tendem a apostar na construção de um território acessível ao nível físico e humano.

Atente-se o exemplo de pequenas ações, como o projeto que resultou da iniciativa de quatro associações de desenvolvimento local do Alentejo (Portugal) e Estremadura (Espanha), denominadas Agência para o Desenvolvimento Local no Alentejo Sudoeste (ESDIME), Associação para o Desenvolvimento Integrado (TERRAS DENTRO), *Desarrollo Rural de la Comarca de Olivenza* (ADERCO) e *Centro de Desarrollo Comarcal de Tentúdia* (CEDECO-TENTUDÍA). Estas realizaram um projeto turístico, que visava a não discriminação das pessoas com mobilidade reduzida, e permitia dar à oferta turística um valor acrescentado no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável das regiões. A sua missão visava a criação de uma rota turística transnacional acessível (especialmente para pessoas com dificuldades motoras), que permitirá a qualquer turista a descoberta de quatro territórios: Alentejo Central, Baixo Alentejo, Comarcas de Olivenza e Tentúdia, através de visitas a património histórico, religioso, natural, museus; a participação em atividades de natureza; a pernoita em alojamentos rurais; e o contacto com a gastronomia local (INR, 2009).

No entanto, é objetivo desta investigação dar a conhecer o primeiro destino em Portugal que foi considerado um exemplo de boas práticas na área do turismo acessível, e que mostrou ser pioneiro na concretização correta e eficaz de um projeto com vista à emancipação da acessibilidade a um determinado território. Lousã, Destino de Turismo Acessível, é o nome pelo qual o projeto é conhecido.

Como referido, até ao momento, a acessibilização de toda a oferta de um determinado destino turístico é um processo sistémico, no qual a participação e persistência dos interessados da indústria turística, bem como de outros a operar no território, é eminente e bastante importante para a concretização e sucesso de todo um caminho com vista à oferta de produtos acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida. Assim, e num esforço conjunto de todas as entidades envolvidas, foi desenvolvido uma abordagem sistémica baseada no princípio da partilha de responsabilidades entre os parceiros locais envolvidos (Câmara Municipal da Lousã (CML), s.d.).

Conscientes da fonte de riqueza proveniente da oportunidade de negócio ligada ao turismo acessível, os responsáveis da Câmara Municipal da Lousã decidiram apostar na criação de um projeto inovador, contudo com bases teórico-práticas já adquiridas devido a uma longa tradição no que diz respeito à reabilitação, apoio à deficiência e desenvolvimento de uma cultura de acessibilidade.

Toda a concretização e sucesso do projeto teve início com a constituição de um grupo de trabalho aquando da realização do I Congresso Nacional de Turismo Acessível, já abordado

anteriormente (Figura 3.20). O trabalho conjunto das instituições envolvidas permitiu que o município decidisse apostar em tornar-se no primeiro destino de turismo acessível em Portugal, passando a acessibilidade a ser encarada como uma preocupação transversal a todo o município. Para tal, procedeu-se a uma candidatura ao Programa Operacional de Potencial Humano (POPH), a qual foi aprovada.

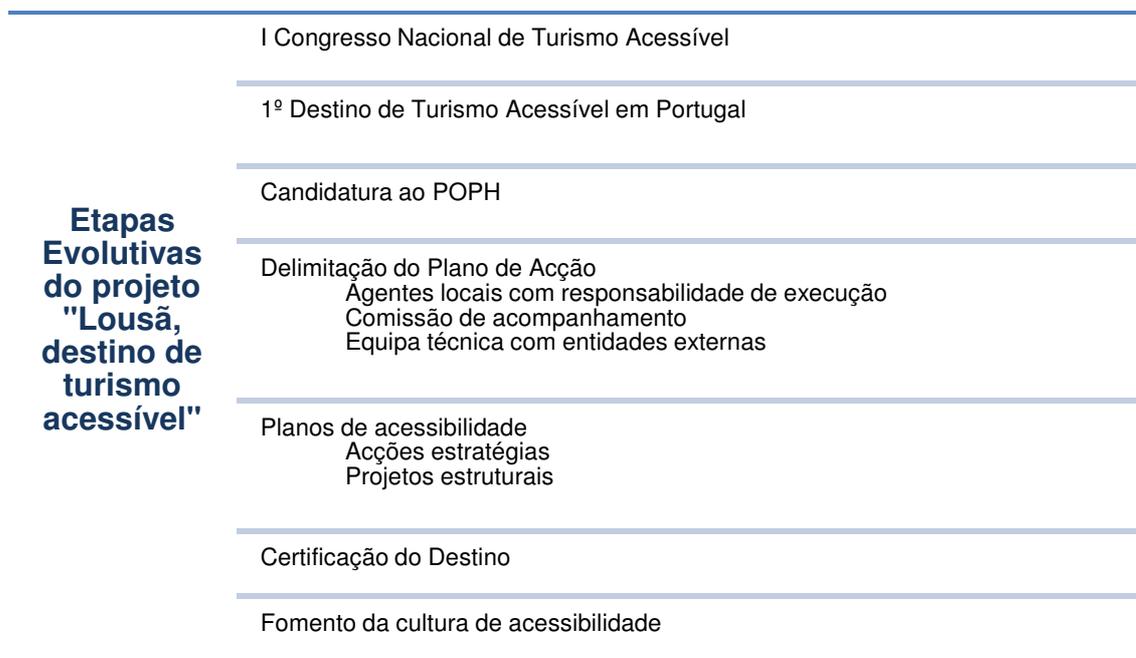


Figura 3.20 – Etapas evolutivas do projeto “Lousã destino de turismo acessível”

Fonte: Elaboração própria

O primeiro passo rumo à adaptação do destino a pessoas com mobilidade reduzida teve início com a criação de um modelo de gestão, que serviu de base a todo o projeto “Lousã, destino de turismo acessível”. Posteriormente, e como é obrigatório aquando uma candidatura ao POPH, procedeu-se à elaboração de um Plano de Ação que integrou agentes locais com responsabilidade de execução ao nível público e privado do setor do turismo e reabilitação, uma comissão de acompanhamento que permitia perceber os diferentes atos no que diz respeito à concretização do plano, e uma equipa técnica formada por entidades externas que avaliavam a qualidade do trabalho desenvolvido pelas entidades, colaboravam no planeamento, na obtenção de financiamento, e no lançamento e realização dos planos.

Inseridos no plano referido, os planos de acessibilidade dos polos de atração turística do concelho da Lousã permitiram demarcar ações estratégicas e projetos estruturais que permitiam a eliminação de barreiras à participação e aquisição de produtos de cariz turístico ou não. Estes culminaram na delimitação de um Plano de Soluções Integradas de Acessibilidade para Todos (PSIAT), com base em estudos metodológicos realizados por equipas especializadas e

com conhecimento da realidade local. São de destacar o estudo de caracterização e diagnóstico da população com deficiência e incapacidade residente no concelho da Lousã; o estudo para a hospitalidade, ocupação e animação de turistas com incapacidade na Lousã; o estudo do impacto do turismo acessível no mercado social de emprego da Lousã; e o estudo do sistema de transportes do concelho da Lousã face às necessidades especiais dos cidadãos com incapacidades. Além dos estudos, realizou-se ainda um diagnóstico da acessibilidade e mobilidade dos estabelecimentos comerciais turísticos, bem como a monitorização e avaliação do projeto.

O passo que se seguiu consistiu na realização de ações simulativas de cariz experimental, que incluíram entidades referentes ao alojamento, restauração, animação turística e pessoas com necessidades especiais de mobilidade. Procedeu-se à delimitação de ações de sensibilização, informação e formação que, como revisto na literatura, demonstram possuir um papel bastante importante no que diz respeito à acessibilidade a, e num, destino.

Todo o sucesso das ações efetivadas até ao momento permitiu avançar com a criação de uma metodologia de certificação que visava a criação e valorização da dimensão do serviço, conciliando estrategicamente uma componente física e uma de serviços, isto é, uma interligação entre o tangível e o intangível, aliando assim de forma inteligente um serviço orientado para a acessibilidade a todos (CML, s.d.). Todo o sistema de certificação é dirigido aos diferentes agentes a operar no concelho da Lousã.

O culminar de todo o projeto “Lousã, destino de turismo acessível” teve em conta, desde que iniciou, o fomento da cultura da acessibilidade, que teve o importante apoio da ARCIL. Para tal realizaram-se jornadas de sensibilização dedicadas à problemática da incapacidade e do turismo. Por outro lado, foram também organizadas e executadas ações de informação com vista a alertar os demais interessados para as oportunidades oferecidas pelo turismo acessível.

### 3.8.4 *VisitBritain*

Após uma abordagem de um caso de sucesso ao nível nacional, é de todo interessante o estudo de uma boa prática ao nível internacional, a fim de perceber as possíveis diferenças no que diz respeito à organização dos espaços e gestão dos diferentes *stakeholders*.

VisitBritain é uma organização, de cariz nacional, responsável pela gestão do marketing externo do Reino Unido e pelo seu desenvolvimento económico relativo à indústria turística. O seu trabalho congrega esforços de várias organizações, no sentido de posicionarem a imagem relativa ao turismo num patamar elevado da mente dos visitantes.

Todas as políticas de marketing estratégico desenvolvidas, com vista a dar resposta ao objetivo delimitado no paragrafo anterior, são concretizadas em conjunto com parceiros ligados

(in)diretamente ao turismo, nomeadamente agências governamentais, órgãos oficiais de turismo de Londres, Inglaterra, Escócia e País de Gales, e *stakeholders* ligados ao alojamento, transportes, animação turística e cultura.

Com vista a atrair novos mercados esta entidade, através da identificação de pontos fortes e fracos do destino Reino Unido, tem vindo a desenvolver planos estratégicos de acção que integram entidades diretamente ligadas à indústria turística, bem como outros *stakeholders* como o governo, os órgãos de diplomacia pública, e os conselhos nacionais de turismo . A sua diferenciação passa pela criação de planos que vão ao encontro dos diferentes segmentos de mercado, identificando metas e ações com vista a atraí-los, aumentando a quota de mercado, e a respetiva de entrada de capital. Através do aconselhamento ao governo, bem como à indústria do turismo, esta organização pretende ainda, e a fim de aumentar a competitividade deste destino face a outros, maximizar o investimento público, através da criação de redes entre os seus parceiros e a atividade turística.

Contudo, e para o enriquecimento da investigação em estudo, importa perceber que estratégias têm sido aplicadas no sentido de criar condições à receção dos visitantes com mobilidade reduzida. A política aplicada teve em consideração três pontos-chave: (i) a necessidade de provisão de informação detalhada, rigorosa e atualizada acerca dos diferentes produtos turísticos presente na sua base de dados; (ii) obrigatoriedade de que o alojamento que integre o *site* oficial da organização responda detalhadamente ao que esta designa de *Access Statements* (descrição detalhada dos bens e serviços fornecidos pela entidade a fim de serem adquiridos pelos visitantes com mobilidade reduzida); e (iii) construção de um programa de avaliação da qualidade para o alojamento turístico – *National Accessible Scheme* (NAS) – desenvolvido pela VisitBritain, pelos parceiros da indústria turística e grupos de associações de pessoas com incapacidade, com vista à criação de ícones simbólicos, assentes em diferentes critérios que, aquando da pesquisa por parte do visitante acerca de determinado produto, lhe facilitará o processo de tomada de decisão.

Ao aceder aos sites oficiais de Londres, Inglaterra, Escócia e País de Gales, e numa pesquisa rápida acerca das entidades turísticas ligadas ao turismo acessível, facilmente se conseguem obter respostas. Este trabalho é fruto da junção de informação, não só referente à organização VisitBritain, mas também a outras que conjugam esforços no sentido de prestar um serviço de qualidade àqueles que, por algum motivo em especial, necessitam de cuidados diferenciados.

Recentemente foi editado pela Rough Guide a quarta edição do “*Rough Guide to Accessible Britain*”, que compila um conjunto de informação bastante relevante e que vai ao encontro das necessidades de diferentes visitantes com mobilidade reduzida. Na junção de esforços de várias entidades do turismo do Reino Unido, nomeadamente a VisitBritain, estas organizações e empresas independentes que prestam serviços de consultoria, assistência e serviços para ajudar as pessoas com deficiência nas suas viagens ao Reino Unido, dissecaram toda a informação por forma a torná-la bastante específica e de fácil leitura para quem a consulta.

## 3.9 Conclusão

Todo o caminho percorrido, deste a Declaração Universal dos Direitos do Homem até aos dias de hoje, permitiu que as pessoas com mobilidade reduzida vissem os seus direitos defendidos e reconhecidos na sociedade em geral. Através de diversos marcos históricos, nomeadamente com a consciencialização da importância do turismo para a vida quotidiana do grupo de indivíduos em estudo, a sociabilidade, que começou por ser reprimida, é no presente um fator decisivo para a competitividade de um destino. O turismo, enquanto atividade impulsionadora para o bem-estar humano, foi então declarado como um direito alusivo a todos os cidadãos, impulsionando a integração das pessoas com mobilidade reduzida no sistema turístico global.

Surgiu, assim, um novo conceito que, pelas suas características, vertentes e requisitos, permitiu a integração daqueles que, num determinado momento da sua vida, ou em toda a sua vida, precisam de algum tipo adicional de apoio à participação em turismo. Como referido ao longo do capítulo, o grupo de pessoas que o conceito de Turismo Acessível abrange não se refere apenas às pessoas com deficiência, mas também a idosos, crianças, grávidas, pessoas com carrinhos de bebés ou pessoas com incapacidades temporárias.

Sendo o turismo um sector diversificado, não se poderá esperar que os visitantes escolham um determinado local de forma aleatória, tendo assim de se considerar o produto integrado que um destino pode oferecer. Torna-se fundamental a formação de todos os *stakeholders*, com a finalidade de se construir e delimitar destinos acessíveis, segundo uma visão sistémica, assentes no Desenho Universal, tendo em conta o cenário que enfrentam, a sustentabilidade das decisões que tomam, os interesses convergentes e a responsabilidade social.

Mas o desenvolvimento do destino turístico depende também da imagem criada pelo marketing, instrumento que deverá ser aplicado de forma a desenvolver os destinos de forma positiva e sustentável. Através da diferenciação positiva, o posicionamento que o destino ocupa na mente dos consumidores permitirá a sua emancipação.

As políticas adotadas por cada Estado e as diretrizes da sua governança devem ter sempre por base que o turismo seja uma realidade acessível a todos. Através da promulgação de leis e desenvolvimento de planos sustentáveis e acessíveis, as autoridades dos destinos deverão trabalhar no sentido de emergir forças que conjuguem o território e os diferentes atores do sistema turístico.

Toda a preparação de um espaço, assim como as redes criadas no sentido de maximizar os recursos existentes, tem como finalidade última a procura turística global. De forma a dar resposta às motivações de um visitante com mobilidade reduzida, o destino, enquanto território recetor, deve ter em conta todas as fases do processo de tomada de decisão relativamente à escolha do espaço no qual este irá gozar a sua experiência turística. Conscientes da necessidade primária que os visitantes têm de se sentirem preparados para viajar, os agentes

da oferta turística terão de estar diligentes para a necessidade destes conhecerem, concreta e conclusivamente, o que vão encontrar no destino antes e durante a sua estada, a fim de que a sua decisão seja efetivada.

Se, assente numa sociedade desenvolvida, segundo os princípios do Desenho Universal, o destino conseguirá dar resposta a um maior número de visitantes, que conseqüentemente trará, para este, mais benefícios de índole económica e social. Contudo, os espaços turísticos continuam a caracterizar-se por serem pouco acessíveis. Cabe, assim, aos agentes da oferta turística dar resposta à necessidade de remoção de barreiras (interativas, económicas, atitudinais e ambientais), para que os visitantes não se sintam excluídos, e vejam os seus direitos serem garantidos.

Uma análise detalhada a exemplos de boas práticas permite elaborar políticas de desenvolvimento baseadas em resultados já testados. Assim, a abordagem a quatro casos de bons exemplos na área do turismo acessível demonstrou ser bastante pertinente para a obtenção de informação, teórica e prática, que será usada na discussão dos resultados obtidos no trabalho empírico. De referir que outros casos de boas práticas existem no sistema turístico mundial, que poderiam ser referidos na presente dissertação, todavia face aos objetivos propostos, os apresentados apresentam-se como possíveis bases de conhecimento para o seguimento deste trabalho.

Através da compilação do presente capítulo, conclui-se que é fundamental assegurar que o segmento em estudo, através da conceção de um destino acessível, da promulgação de leis e desenvolvimento de programas que vão ao encontro das suas necessidades, e da remoção de barreiras, veja o seu processo de tomada de decisão mais facilitado e autónomo, as suas motivações correspondidas, e consiga usufruir de forma absoluta de todas as valências do destino.

O capítulo que se segue tem como finalidade descrever a metodologia aplicada ao longo do processo de revisão da literatura, bem como a usada na obtenção de dados primários, que posteriormente serão alvo de análise por parte da investigadora.



## Capítulo 4 – Metodologia

### 4.1 Introdução

Para que se construa saber em ciências sociais é primordial que se dê especial importância à origem do conhecimento, bem como à sua natureza. Para tal, e no que concerne ao turismo, urge a necessidade de realização de estudos contínuos e inovadores que permitam obter novas respostas a questões como: o que é o turismo? Que bases sustentam o conhecimento? Como se produz o conhecimento em turismo?

A epistemologia vai ao encontro desta carência, permitindo a clarificação de conceitos, a explanação das suas características, e a escolha do método a seguir para a geração de conhecimento científico (Barañano, 2008). Esta visa o estudo crítico dos princípios, das hipóteses e dos resultados, a fim de verificar a importância e o valor objetivo do conhecimento gerado (Paiva, Tavares & Borges, 2012).

A ciência, no seu todo, e vista como o conjunto de conhecimentos precisos e metodicamente ordenados em relação a determinado domínio do saber (Barañano, 2008), usufrui do que a epistemologia aborda, nomeadamente com o recurso a questões, testes e critérios que verificam a fiabilidade e veracidade do conhecimento. A este conjunto de temas, dá-se o nome de metodologia. Esta, aplicada numa determinada investigação, permite operacionalizar as intenções do investigador, segundo a delimitação de pontos concretos referentes ao que se assume ser a forma mais apropriada de desenvolver conhecimento em ciências sociais.

Pelas suas características, o processo metodológico é um vasto e complexo conjunto de ideias, conceitos, quadros de referência e teorias que, com o recurso a métodos ou técnicas, permite obter respostas que operacionalizam situações investigadas. Em suma, o conhecimento científico gerado tendo em conta a metodologia aplicada, é um processo lentamente elaborado, sustentado em quadros teóricos e metodológicos explícitos (Quivy & Campenhoudt, 2008), que permitem a delimitação da estratégia de investigação adotada. Esta deverá ser válida e fiável, e depende dos objetivos propostos, da origem da pesquisa e do público-alvo a ser estudado (Breda, 2008).

Assim, o presente capítulo pretende explicitar, primeiramente, o que se entende por questões epistemológicas, para de seguida esclarecer todo o processo metodológico usado no decorrer da investigação. Com base em modelos metodológicos presentes na literatura revista, será delimitado o próprio modelo de procedimento metodológico que sustentará todo o método adotado no decorrer das fases teóricas e práticas da presente dissertação. Cada uma das etapas decorridas será explicitada e sustentada na revisão literária feita. Por forma a afirmar a

sustentabilidade do estudo, será no final do capítulo elaborada a justificação da escolha do tema em causa.

## 4.2 Questões epistemológicas

A epistemologia, ou filosofia das ciências, é definida, segundo Mannheim (1952, citado por Breda, 2010, p. 139), como um ramo da filosofia que visa o estudo científico da origem, fontes, limitações, validade e estrutura do conhecimento, e que se preocupa com as ligações entre a teoria e os dados relativos à construção desse mesmo conhecimento. Associado a um conjunto de abordagens metodológicas que afetam todo um processo de investigação, de forma a possibilitar aos investigadores desenvolverem perguntas e adotarem estratégias adequadas à investigação (Breda, 2010), as questões epistemológicas são de grande interesse aquando da geração de conhecimento, nomeadamente o científico.

A construção do conhecimento científico tem como base de sustentação conceitos e raciocínios, que permitem validar hipóteses, analisar e explicar factos. A sua legitimação só é válida quando demonstrada. Baseado em conhecimentos anteriores, resultado de trabalhos de outros autores, é constituído por ideias interligadas que podem demonstrar o que foi o passado e antever o futuro. Os resultados obtidos não são definitivos ou imutáveis, e estão sujeitos à inovação (Barañano, 2008), contribuindo para o progresso da ciência (Silva, 2009).

Assim, este tipo de conhecimento, resultante de uma investigação metódica e sistemática da realidade, e que visa proporcionar um instrumento para a reforma da sociedade em benefício desta, é adquirido através da aplicação de métodos científicos, formados por um conjunto de procedimentos, através dos quais os problemas são formulados e as hipóteses testadas (Barañano, 2008; Neves, 2009). Com vista a criar uma rutura com o senso-comum, decorrente de ideologias e crenças, estes métodos têm como finalidade investigar fenómenos, de forma a estabelecer relações causa-efeito (Breda, 2010). Estes obrigam a uma organização metódica que auxilia no tratamento e análise das fontes e dados obtidos (Filipe, 2009). Em suma, o conhecimento científico é objetivo, metódico, assente em hipóteses, constituído por um conjunto de teorias, preditivo, revisível e provisório.

Inserido no ramo das ciências sociais, o turismo só muito recentemente passou a ser objeto de estudo e de investigação científica (Cunha, 2006). Cunha (2006, pp. 27-28) defende a existência de duas correntes diferentes na área do turismo. A primeira, defendida por autores como Gunn e Jovicic (s.d.), apresenta o estudo do turismo como uma disciplina distinta, que permitirá o desenvolvimento integrado de uma teoria do turismo, e que levará a que este seja examinado como um fenómeno compósito. A segunda corrente é defendida por Tribe (1997), que sustenta que o turismo não é uma disciplina, pois os estudos do turismo podem abranger

um número de conceitos variados, e porque os conceitos de turismo não formam uma rede distinta. Este autor defende que a questão do conhecimento acerca do turismo é uma questão epistemológica devido, por exemplo, ao carácter do conhecimento do turismo, às fontes e validade desse conhecimento, e ao uso de conceitos nesta área.

Denzin e Lincoln (1998, citado por Breda, 2010, p. 140) defendiam que o turismo ainda se encontrava no “período tradicional”, com ênfase nas pesquisas empíricas. Porém, e segundo Tribe (2004, citado por Breda, 2010), o conhecimento na área do turismo tem vindo a evoluir positivamente, sendo gerado segundo uma variedade de métodos de pesquisa. Para Cunha (2006, p. 31) trata-se assim de “adotar um enfoque holístico para o estudo e análise do turismo, cujo objetivo principal é a geração de um corpo de conhecimento científico”.

A OMT (2006, citado por Silva, 2009, p. 135) conceptualiza pesquisa em turismo como:

a formulação de perguntas, a recolha sistemática de informações para responder a essas perguntas, a organização e a análise de dados com a finalidade de descobrir padrões de comportamento, relações e tendências que auxiliem o entendimento do sistema, a tomada de decisões ou a construção de previsões a partir de vários cenários futuros alternativos.

A investigação empírica continua a ser a mais usada, pois as observações resultantes desta podem ser utilizadas para construir explicações ou teorias, o que permite compreender melhor o fenómeno que irá ser estudado. O seu principal objetivo visa encontrar respostas para determinadas questões ou problemas, através de procedimentos científicos (Hill & Hill, 2009). Neste tipo de investigação deve-se, antes de iniciar o processo de investigação, identificar o problema e definir as hipóteses de estudo, que são as pontes de ligação entre a parte teórica e a parte empírica da investigação (Hill & Hill, 2009).

Em suma, na pesquisa em turismo deverá estar assente um conjunto de métodos empírico-experimentais, procedimentos, técnicas e estratégias para obter conhecimento científico, técnico e prático dos factos e realidades turísticas (OMT, citado por Silva, 2009, p. 135). Para que se construa uma epistemologia do turismo é necessário, então, que os estudiosos da área façam um esforço no sentido ultrapassar, com base em ferramentas e bases científicas, a profundidade e complexidade que vão surgindo ao longo da produção de conhecimento científico.

### 4.3 O procedimento metodológico

Todas as questões relacionadas com a metodologia de investigação são primordiais nas ciências sociais, devido ao seu carácter científico e à orientação que proporcionam (Filipe, 2009). Resultado da aplicabilidade de métodos, técnicas e regras de investigação subjacentes a todo um processo que gera um fluxo contínuo de conhecimento, e estudo sistemático da

prática científica, esta é constituída por um conjunto de etapas a seguir que permitem a progressão contínua no caminho para a prossecução dos objetivos delineados (Quivy & Campenhoudt, 2008; Silva, 2009).

As etapas, apesar de serem sequenciais, não conduzem necessariamente a uma independência entre elas. Segundo Silva (2009, p. 132), os modelos de metodologia de investigação em ciências sociais apresentam etapas que não são operações separadas entre si, e embora apresentadas de forma sequencial não devem ser seguidas à regra, devido ao facto de uma investigação científica não ser mecânica mas sim dinâmica, onde se verificam permanentemente interações entre as diferentes fases do processo de investigação. Breda (2010, p. 140) vai ao encontro desta ideologia ao afirmar que um processo de pesquisa, embora consista numa sequência de etapas planeadas, por vezes torna-se necessário que estas se adaptem a circunstâncias novas e inesperadas, ou a oportunidades, descobertas e problemas encontrados.

Com o intuito de dar resposta a determinados objetivos, o método aplicado numa determinada investigação permite desenvolver o processo de verificação empírica (Neves, 2009). Para tal, o emprego de um modelo metodológico de investigação em ciências sociais permite justificar todas as opções tomadas no processo de investigação (Filipe, 2009).

Quivy e Campenhoudt (2008) propuseram um modelo sequencial, no campo das ciências sociais, cujo procedimento científico da investigação se divide em três fases fundamentais: (i) rutura; (ii) observação; (iii) verificação (Figura 4.1).

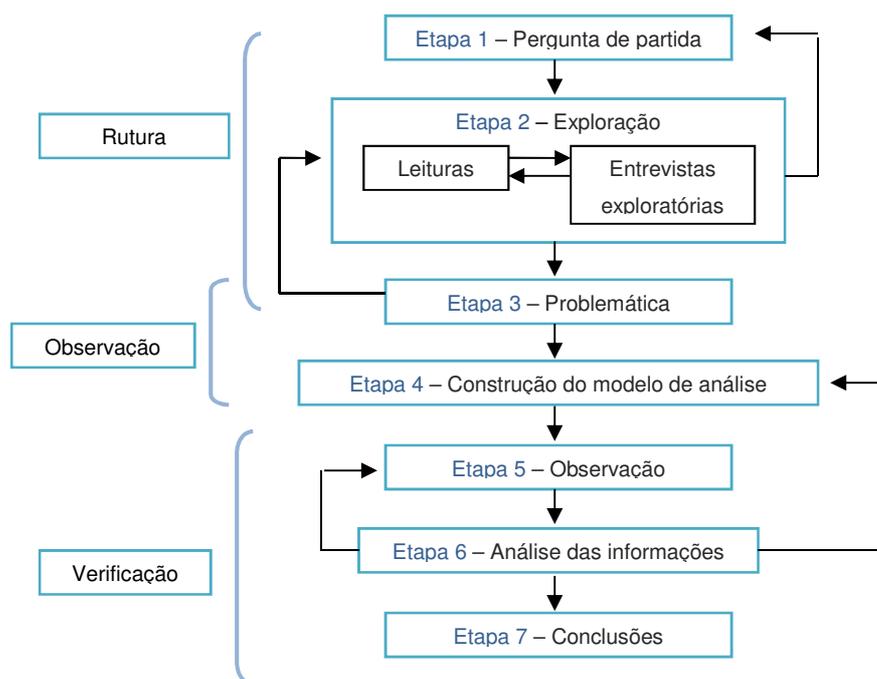


Figura 4.1 - As etapas do procedimento científico segundo Quivy e Campenhout

Fonte: Quivy & Campenhout (2008, p. 27)

A primeira fase – “rutura” – visa romper com os preconceitos e as falsas evidências, imediatas e parciais, que viciam a razão. Constituída por três etapas – pergunta de partida, exploração, problemática – permite formular a pergunta base para o projeto de investigação, organizar as leituras tendo sempre em mente a pergunta de partida, realizar entrevistas exploratórias ou outros métodos complementares, e formular os principais pontos de referência teóricos da investigação. A última etapa desta primeira fase, já é parte integrante da segunda fase do modelo – “construção”. Esta é constituída ainda pela etapa “construção do modelo de análise”, que visa a elaboração de um sistema coerente de conceitos e de hipóteses estritamente relacionados entre si, que são confrontadas na etapa seguinte.

A “verificação” é a última fase do modelo e é delimitada segundo três etapas: a) “observação”, que engloba todas as operações através das quais o modelo de análise é submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis; b) “análise das informações”, etapa em que se verificam se os resultados notados correspondem aos previstos pelas hipóteses; c) “conclusão”, que inclui todas as conclusões pertinentes do trabalho de investigação. Segundo Quivy e Campenhout (2008, p. 28), uma determinada proposição só tem o direito ao estatuto científico, a verificação ou experimentação, através do teste segundo factos.

Embora com pontos semelhantes, o modelo de Hill e Hill (2009) (Figura 4.2) diferencia-se do anterior, pois o planeamento de uma determinada investigação empírica começa e termina na

revisão da literatura, em que se estabelece a hipótese geral do trabalho (Hill & Hill, 2009, p. 32).

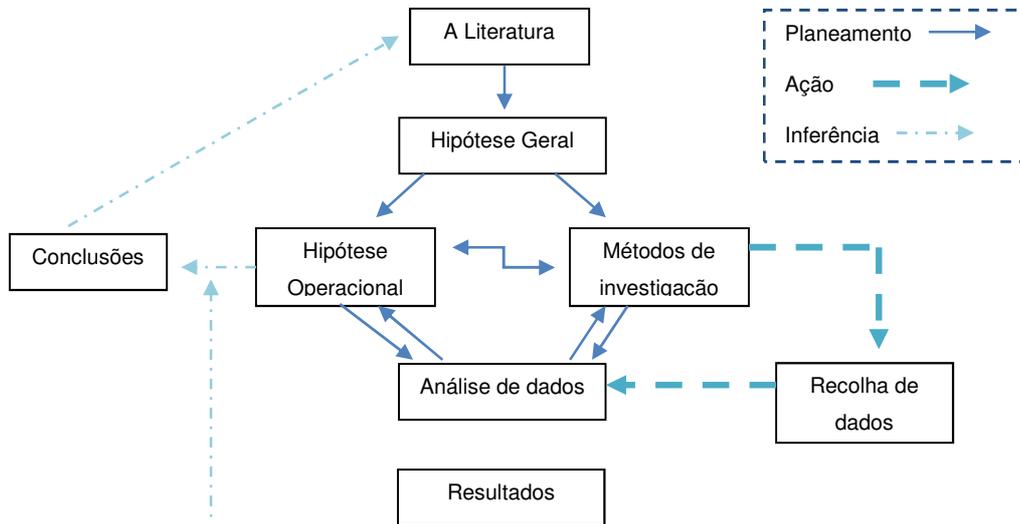


Figura 4.2 - Modelo de Investigação empírica de Hill e Hill

Fonte: Hill & Hill (2009, p. 32)

Os autores, ao delimitarem oito etapas – (i) literatura; (ii) hipótese geral; (iii) hipótese operacional; (iv) métodos de investigação; (v) recolha de dados; (vi) análise de dados; (vii) resultados; e (viii) conclusões – que se concretizam em três passos (planeamento, ação e inferência), pretendem que o resultado final da investigação, através das conclusões do trabalho empírico, permita comentar toda a revisão literária efetuada. Este é, segundo os autores, o objetivo principal de uma investigação empírica.

O modelo de Pizam (1994, citado por Silva, 2009) vai ao encontro dos dois modelos apresentados anteriormente (Figura 4.3). Subdividido segundo oito fases, goza no contexto turístico de uma grande notoriedade, devido ao determinismo e linearidade que o caracteriza, contudo com forte incidência apenas nos métodos quantitativos, deixando de parte os métodos qualitativos (Santos, 2010). As fases integrantes do processo são sequenciais, mas interdependentes, implicando um planeamento prévio e uma especificação destas desde o início (Martins, 2010).

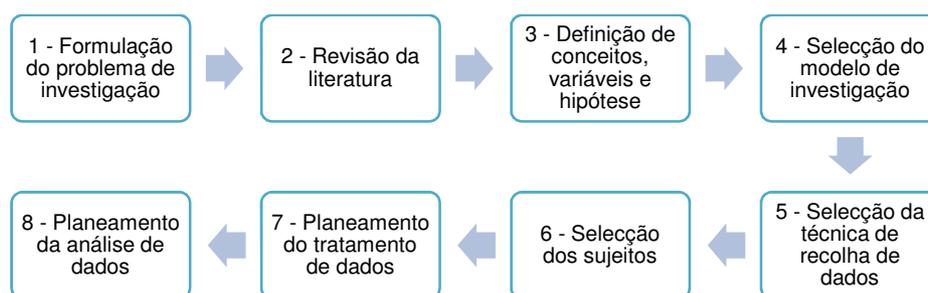


Figura 4.3 - Fases do Processo de Investigação em Turismo, Pizam

Fonte: Pizam (1994, adaptado de Silva, 2009, p. 131)

No campo específico do turismo, a Organização Mundial de Turismo tem desempenhado um papel bastante importante na delimitação de modelos de metodologia de pesquisa em turismo (Figura 4.4). O modelo apresentado por esta entidade tem em vista diminuir algumas das limitações da pesquisa científica nesta área, devido ao seu carácter multidisciplinar e de conceituação heterogénea (Silva, 2009). À semelhança do modelo anterior, o apresentado pela OMT incide sobre métodos estatísticos e questionários, devido à natureza e ao papel desempenhado pela instituição no sector (Santos, 2010).

Constituído por uma série de etapas, destacam-se duas abordagens do método científico presentes no modelo: processo indutivo e processo dedutivo. Após a primeira etapa – “definição de objetivos” – o investigador pode optar por uma das abordagens mencionadas para chegar às três etapas finais (análise, conclusões e ação). Através da “indução” este baseia o seu estudo na generalização, ou seja, parte do particular para o geral, passando pelas fases “formação de conceitos” e “generalização empírica”. As observações específicas (dados empíricos) são usadas para compor uma teoria (Hill & Hill, 2009). A aplicabilidade desta técnica requer que os factos extrapolados sejam verdadeiramente similares aos factos observados (Barañano, 2008). Se, por outro lado, o investigador decidir aplicar a abordagem dedutiva, este deverá partir do geral para o particular, isto é, a sua ação será assente na extrapolação de uma verdade particular, segundo uma verdade geral, na qual ela está implícita (Barañano, 2008). Uma teoria existente é utilizada para prever novos dados (resultados empíricos) (Hill & Hill, 2009).

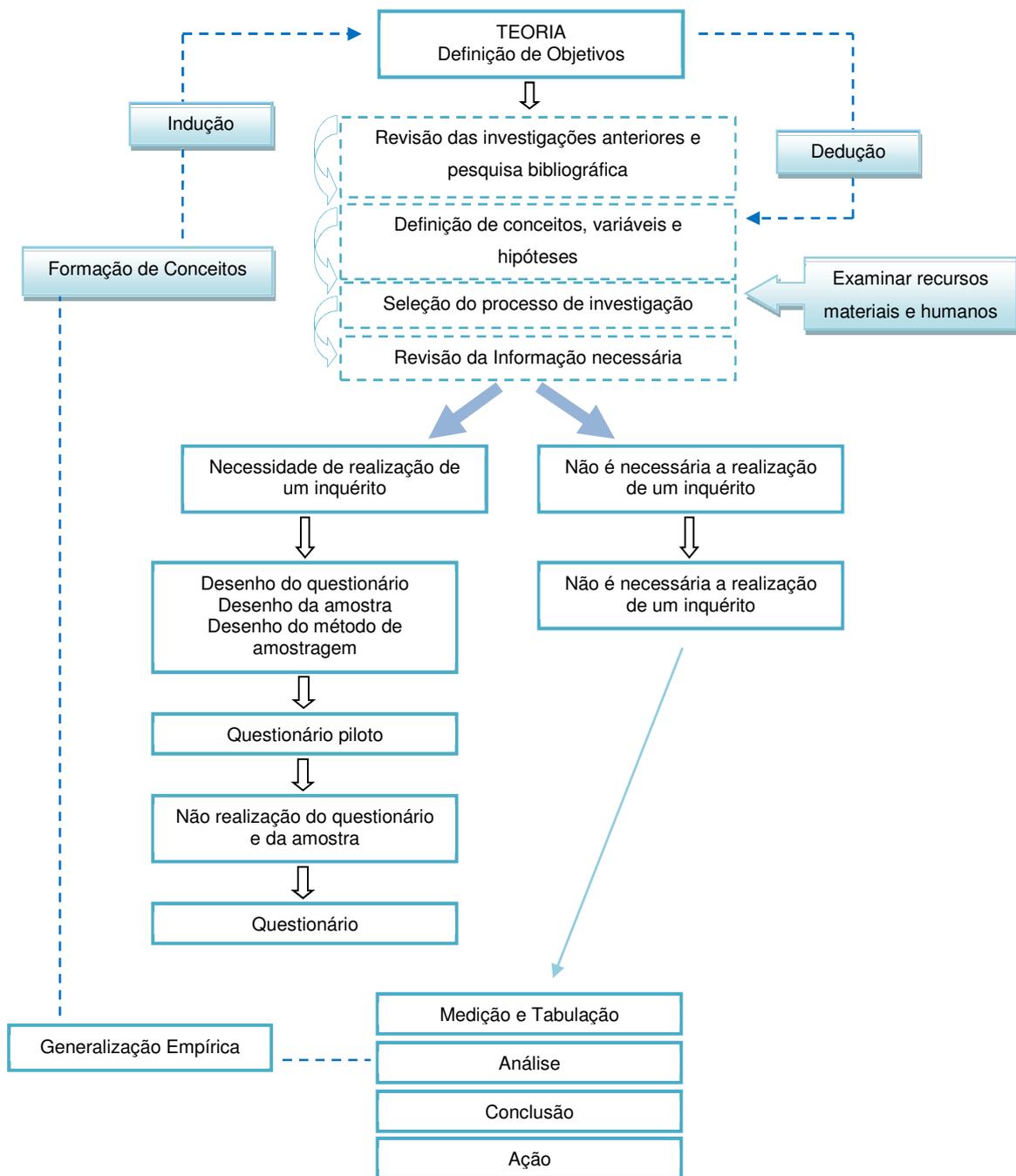


Figura 4.4 - Modelo de metodologia de pesquisa em turismo da OMT

Fonte: Perez (2001, p. 7)

Face a este conhecimento de modelos conceptuais na área das ciências sociais, e tendo-os como base de conceptualização, apresenta-se, no seguimento desta dissertação, uma metodologia própria, assente em procedimentos científicos, que permitirão dar resposta a um conjunto de questões, ou problemas, com uma alta taxa de probabilidade de que a informação obtida seja rigorosa, significativa e precisa.

## 4.4 O procedimento metodológico utilizado na investigação em curso

Esta investigação empírica terá como objetivo principal contribuir para o enriquecimento do conhecimento na área do turismo acessível, em particular na cidade de Aveiro, através de condutas chave como a formulação do problema de investigação, a revisão da literatura, a delimitação das hipóteses a testar, a seleção do modelo de investigação, o planeamento dos métodos de pesquisa, a recolha e análise dos dados obtidos e a compilação das conclusões do estudo (Figura 4.5). Cada fase do procedimento metodológico será analisada, explicada e operacionalizada, com o intuito de melhor se perceber todo o método adotado ao longo das fases teóricas e práticas deste trabalho.

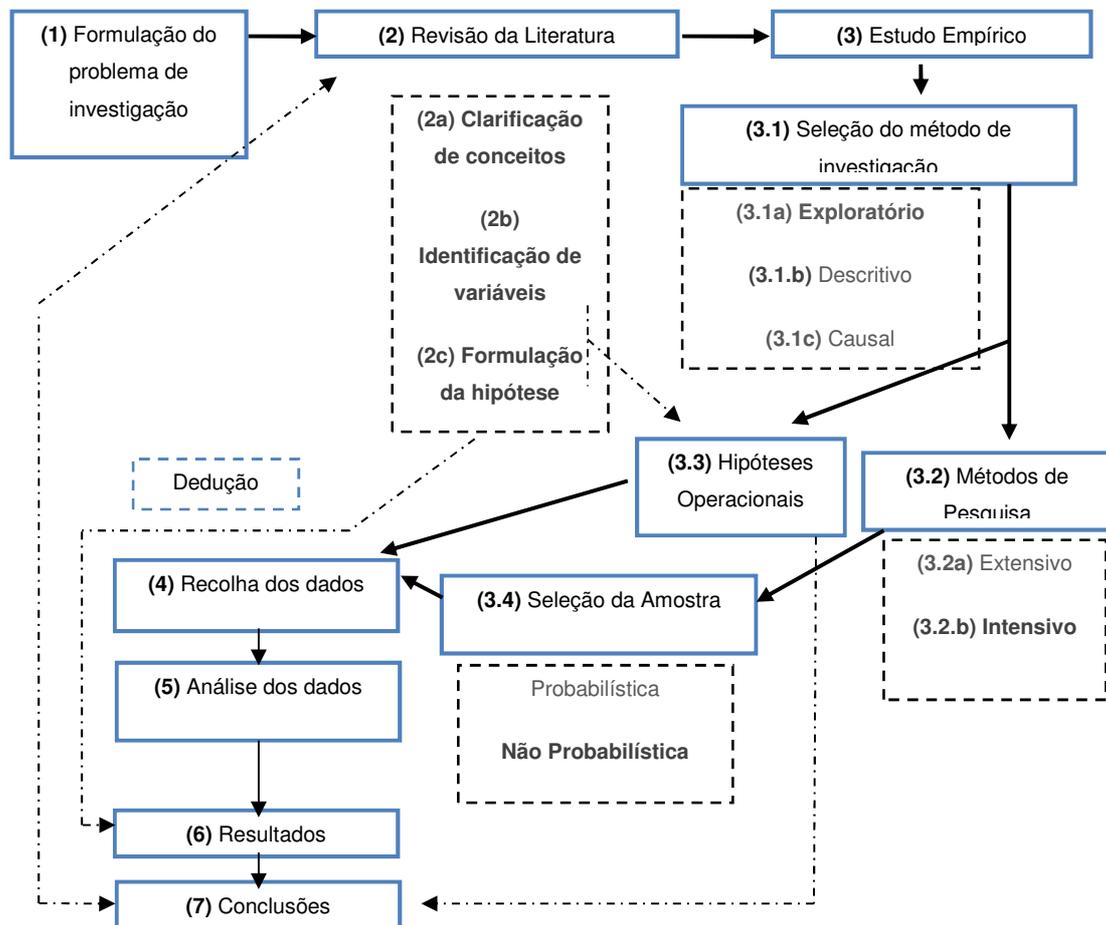


Figura 4.5 – Procedimento metodológico aplicado na investigação

Fonte: Elaboração própria

### 4.4.1 Formulação do problema de investigação

Berg (2001, p. 16) defende que o ponto de partida de um projeto de investigação tem início com uma ideia gerada por uma questão particular ou por uma experiência. Martins (2010, p. 99) corrobora o autor e acrescenta que a delimitação do problema de investigação é um importante fio condutor da pesquisa, que tem início com o levantamento de informação necessária para lhe dar resposta. Assim, no período que precedeu o início da realização da presente dissertação de mestrado foi proposto a escolha de um tema, que permitisse dar respostas a uma determinada questão detetada no panorama turístico.

Face à consciencialização da investigadora acerca da crescente preocupação da sociedade em relação às pessoas com mobilidade reduzida, bem como ao incremento de estudos científicos na área do turismo acessível por parte de investigadores especializados, levou a que esta nova fonte de pesquisa demonstrasse ser um tema oportuno para abordar. Assim, o problema de investigação foi delimitado da seguinte forma:

Tendo em conta o crescimento do segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida com intenção de viajar, de que forma os destinos turísticos estão sensibilizados para dar uma resposta eficaz aos seus desejos e necessidades específicas?

Assim, e com base nas mudanças sociais, culturais, ambientais e estruturais que se têm verificado em todo o sistema turístico, pretende-se analisar o comportamento da oferta turística da cidade de Aveiro para com as pessoas com algum tipo de mobilidade reduzida, que se deslocam a este destino com o intuito de apreciar e disfrutar dos recursos turísticos que a cidade tem para oferecer. Perceber de que forma os diversos agentes se estão a adaptar a este segmento de mercado, e até que ponto os bens e serviços que oferecem são de qualidade, são aspetos a que a investigação pretende dar resposta.

### 4.4.2 Revisão da Literatura

Após a identificação das ideias gerais, que inspiram toda a investigação, e de delimitada a área e a problemática em estudo, que se caracteriza por ser clara, pertinente e exequível, procedeu-se à revisão da literatura, que permite sustentar toda a investigação efetuada.

A necessidade de uma revisão literária coesa, pertinente e apropriada, e que permita sustentar todo um processo de investigação, que tem como finalidade última dar resposta a um problema

inicialmente formulado, leva a que diferentes autores a delimitem como uma base de sustentação que contribui para o importante sucesso de uma pesquisa científica.

Segundo Hill e Hill (2009, p. 25), a revisão da literatura envolve quatro fases: (i) descrição das teorias e trabalhos empíricos (dados secundários) nas áreas específicas de interesse para o investigador – literatura conceitual, estudos empíricos e estatísticas publicadas (Breda, 2010); (ii) avaliação das teorias e dos trabalhos empíricos; (iii) comparação das teorias e trabalhos empíricos; e (iv) dedução das hipóteses a partir da avaliação e da comparação.

Assim, a revisão bibliográfica consiste na seleção de informação disponível (teórica e empírica), que seja pertinente para o estudo, de forma a avaliá-la criticamente (Martins, 2010), com o intuito de dar resposta aos objetivos da investigação. Uma leitura cuidada e uma revisão crítica da bibliografia existente possibilitam o aumento do conhecimento para o quadro teórico da ciência em estudo.

Breda (2010, p. 144) corrobora a ideologia apresentada por Hill e Hill (2009), ao referenciar que a revisão da literatura deverá prover a fundamentação para o desenvolvimento de um quadro teórico, a partir do qual a fase quatro, anteriormente mencionada, pode ser desenvolvida. Por outro lado, possibilita explicar e esclarecer a conceptualização teórica do problema e revelar a pesquisa realizada até ao momento na área de estudo em causa (Breda, 2010; Salvado, 2009). Numa fase posterior permite sustentar os métodos e técnicas aplicadas na parte empírica da investigação.

Veal (2006, p. 53) vai ao encontro dos autores acima mencionados, quando refere que a revisão de literatura (i) se assume como a base da pesquisa, e fonte de informação, (ii) emerge um conjunto de ideias acerca dos temas que se quer abordar, (iii) permite perceber que tipo de investigações já foram realizadas por outros autores, bem como comparar a investigação que se está a realizar com as investigações já efetivadas, e (iv) faz despoletar uma fonte de ideias metodológicas ou teóricas.

A revisão literária presente ao longo da redação deste estudo teve, assim, como base de sustentação uma pesquisa bibliográfica assente em livros de autores especializados na área do turismo acessível, artigos publicados em revistas científicas, estatísticas de organizações governamentais e não-governamentais, estudos, informação em *sites* de organizações especializadas em turismo acessível, e entrevistas exploratórias a entidades a operar em Portugal na área da incapacidade, e do turismo acessível.

Numa primeira fase, procedeu-se ao estudo de conceitos gerais (mobilidade, acessibilidade e incapacidade), que, depois de compilados num único capítulo, serviram de sustentáculo à compreensão e análise do capítulo referente ao turismo acessível. Para tal, recorreu-se a autores e organizações com conhecimentos específicos nestes temas, nomeadamente a OMS e a *Desin for all*, e aos investigadores Teles, Kellerman, Darcy, entre outros.

O capítulo que aborda o tema específico deste projeto, à semelhança do anterior, foi suportado em autores e organizações com conhecimentos e estudos de cariz relevante para a formação de conhecimento científico na área do turismo acessível. De destacar autores como Darcy, Devile, Buhalis *et al.*, Neumann, Yau *et al.*, entre outros. Aquando a sua conceção, tornou-se de extrema importância a realização de entrevistas exploratórias a entidades como a Accessible Portugal e a Associação Salvador, no sentido de enriquecer toda a revisão literária efetuada.

Esta metodologia adotada possibilitou fazer uma revisão do estado da arte, bem como perceber a forma como o problema de investigação tem sido abordado do ponto de vista metodológico; perceber a evolução dos conceitos, o que permitiu conceptualizá-los e enquadrá-los num quadro teórico de referência, com o intuito de explicar os fatores determinantes e as implicações das mudanças; e compreender este mesmo problema segundo o quadro de referência (Salvado, 2009).

A delimitação do problema de investigação e a revisão bibliográfica efetuada viabilizam a conceção do objetivo geral e dos objetivos específicos da investigação. A forma como um investigador conduz o seu estudo, e o seu sucesso, provém, em grande parte, dos objetivos a que se propôs. Face a isso, é de extrema importância a sua formação clara, tendo sempre como base de sustentação o problema de investigação e a revisão dos conteúdos revistos (Berg, 2001).

Os objetivos de investigação delineados para a presente dissertação encontram-se na Figura 4.6.

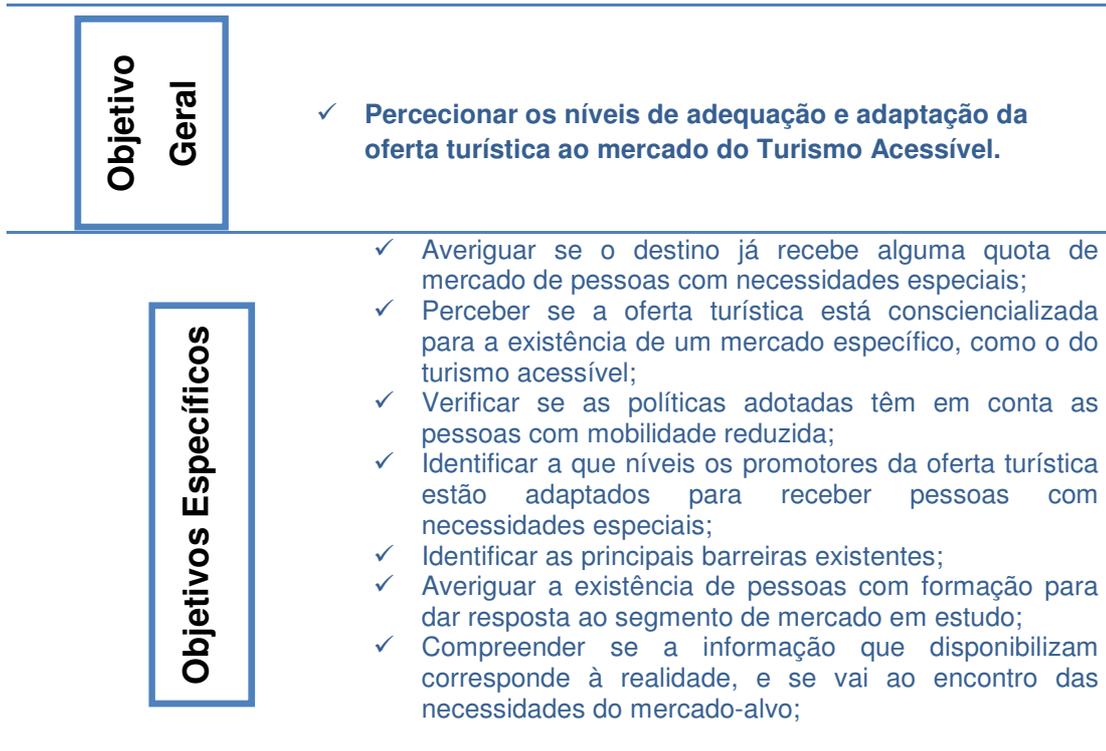


Figura 4.6 – Objetivos da investigação

Fonte: elaboração própria

### 4.4.3 Estudo empírico

O ponto de ligação entre a revisão da literatura e o estudo empírico é efetivado segundo a clarificação de conceitos (2a), a identificação de variáveis (2b) e a formulação de hipóteses (2c), que em conjunto e estritamente articuladas entre si, formam um quadro de análise coerente (Quivy & Campenhoudt, 2008) (Figura 4.7).

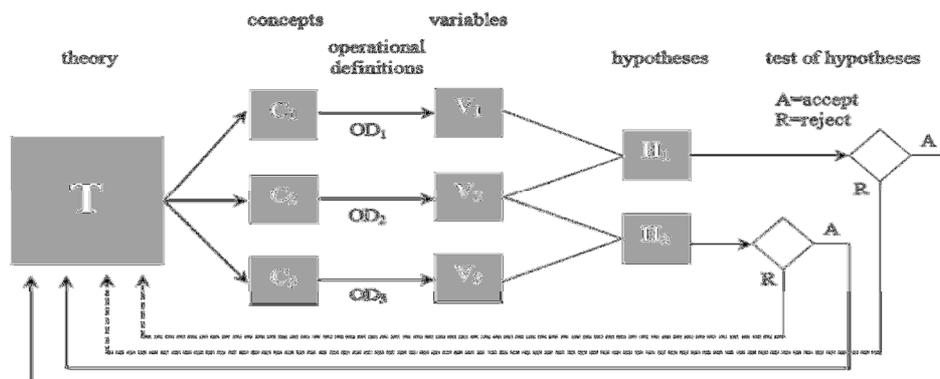


Figura 4.7 – Relação entre a teoria, conceitos, variáveis e hipóteses

Fonte: Pizam (2005, citado por Breda, 2010, p. 145)

Segundo Breda (2010, p. 147), os conceitos (2a) dizem respeito às características dos eventos, situações, e/ou indivíduos estudados, e são definidos operacionalmente para que o conceito seja reduzido e subdividido segundo dimensões (Breda, 2010; Quivy & Campenhoudt, 2008). Esta transformação permitirá conceptualizar as variáveis (2b) (Breda, 2010; Quivy & Campenhoudt, 2008; Zikmund, Babin, Cau, & Griffin, 2009), que são manifestações objetivamente observáveis e mensuráveis das dimensões do conceito, e variam, em número, consoante o conceito em causa (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 122). A conceptualização correta das variáveis a serem estudadas permitirá a delimitação concreta, eficaz e minuciosa das hipóteses a serem testadas numa fase posterior. Aquando da formulação das hipóteses operacionais, a metodologia, presente no modelo apresentado, servirá de base de sustentação para a delimitação das mesmas.

Depois de delimitado o quadro teórico da pesquisa, procede-se à seleção dos procedimentos metodológicos para a obtenção de respostas às hipóteses constituídas, que são a ponte de ligação entre os objetivos propostos para o estudo e as conclusões (Duarte, 2010).

O estudo empírico passará pelas fases de seleção do modelo de investigação, delimitação dos métodos de pesquisa, operacionalização das hipóteses, seleção da amostra, recolha e análise dos dados, explanação dos resultados e respetivas conclusões. Estas serão explicadas no seguimento deste ponto onde estão referidos os procedimentos a adotar em cada caso específico.

### 4.4.3.1 - Método de investigação

Pizam (1994, citado por Martins, 2010, p. 94) menciona a existência de três categorias distintas de métodos de investigação: o método exploratório, o método descritivo e o método causal. O presente estudo, assente no método exploratório, pretende apurar as características da oferta turística na cidade de Aveiro, no que diz respeito às especificidades do turismo acessível.

Bastante útil para a compreensão de um problema ou questão, uma das vantagens da aplicabilidade do método exploratório tende para a flexibilidade que detém face a mudanças que possam ocorrer durante a pesquisa (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009). Devido às suas características, este método visa a abertura de novos caminhos para aperfeiçoar o estado da arte e o desenvolvimento de futuros estudos (Neves, 2009; Zikmund *et al.*, 2009).

Segundo Saunders *et al.* (2009, p. 140), este tipo de pesquisa assenta em três fases primordiais, seguidas ao longo do trabalho, e que devem ser tidas em conta aquando do processo de planeamento da investigação (Martins, 2010). São elas a revisão da literatura, a entrevista a especialistas na área, e a entrevista a um *focus group*. Para que se consiga dar resposta às duas últimas fases deste processo, o investigador tem disponível um conjunto de

técnicas e instrumentos que devem ser considerados por este, analisadas as suas características e concluídas quais as que melhor se adequam à investigação.

#### 4.4.3.2 - Métodos de pesquisa

Um determinado estudo científico poderá ser assente, segundo Carvalho, Santiago e Schouten (2012), em três tipos de estratégias de investigação, e para o qual o investigador deverá dar bastante importância nesta fase do processo de estudo: (i) estratégia de investigação intensiva (abordagem qualitativa), (ii) estratégia de investigação extensiva (abordagem quantitativa), e (iii) investigação-ação.

De forma a conseguir recolher o máximo de informação pertinente para a presente investigação, e de transpor para o estudo uma profundidade de análise considerável, a estratégia adotada foi a de investigação intensiva (Figura 4.8). Esta estratégia permite que a informação seja recolhida pelo próprio investigador; baseia-se na própria natureza da informação (Carvalho *et al.*, 2012); é realizada segundo o princípio de interação entre o investigador e o indivíduo (Martins, 2010); envolve a compilação de numerosa informação detalhada referente a um número pequeno de casos (Veal, 2006); devido ao estudo de casos isolados que a caracteriza, não pode ser generalizável a toda o universo; é descritiva, pois resulta diretamente de dados recolhidos que, aquando a análise, serão transcritos para o relatório final (Carmo & Ferreira, 1998); fundamenta-se na crença de que a pessoa envolvida no caso específico em estudo é a mais qualificada para dar resposta aos objetivos do estudo; a formulação das hipóteses evolui à medida que a investigação avança; e a análise e recolha dos dados pode ocorrer simultaneamente (Veal, 2006).

A fim de melhor perceber a metodologia usada na estruturação do método de pesquisa, a Figura 4.8 mostra a abordagem aplicada para a investigação em causa.

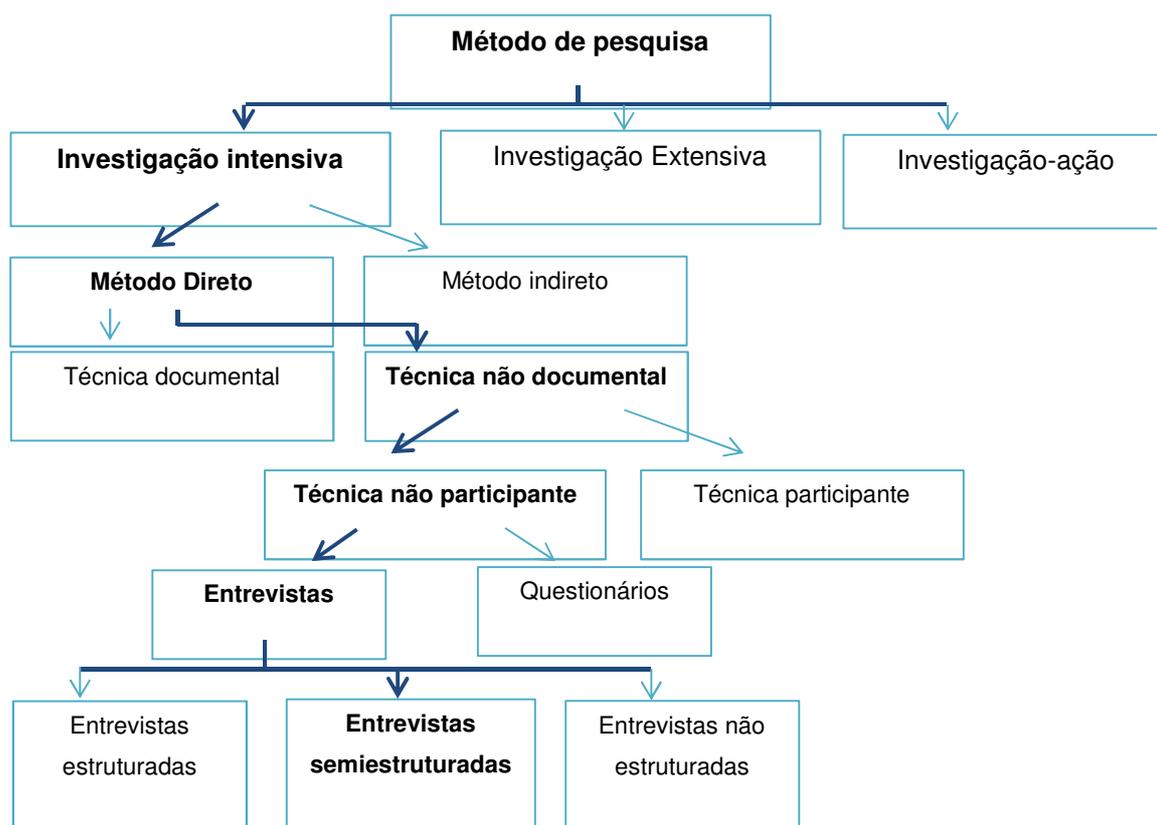


Figura 4.8 – O método de pesquisa

Fonte: elaboração própria com base em Carvalho *et al.*, 2012

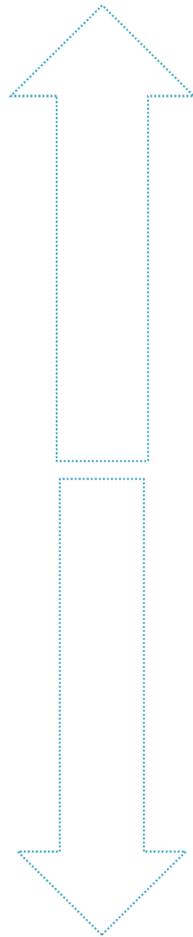
A informação recolhida será não documental, ou seja, recolhida segundo a observação e análise dos fenómenos a estudar, e não com o recurso a documentos escritos e/ou não escritos, já publicados por outros autores (Carvalho *et al.*, 2012) – Método direto (Figura 4.8). As técnicas não documentais englobam a observação participante, a experimentação, e a observação não participante. Assim, na investigação em curso, será aplicada a observação não participante, ou seja, a recolha da informação será obtida através da observação direta, contudo sem que o investigador participe diretamente no grupo em estudo (Carvalho *et al.*, 2012).

A observação não documental pode ser concretizada através de inquéritos por entrevista (estruturada, semiestruturada, não estruturada) e/ou questionário (aberto ou fechado). Estas, devido às suas especificidades, permitem obter informação mais concreta e precisa, aumentar a facilidade de análise e o conhecimento acerca do tema a investigar (Barañano, 2008). Dependem do objetivo último do estudo, podendo ser adaptadas ao tipo de problema e aos fenómenos em causa (Neves, 2009).

Os dados que irão ser recolhidos para as conclusões do estudo serão obtidos segundo a técnica de investigação de inquérito por entrevista (Figura 4.8). Esta permite que se estabeleça

um contacto formal entre o investigador e o entrevistado, e o seu principal objetivo visa compilar saberes de um determinado sujeito (o entrevistado) sobre um assunto com interesse para dar resposta aos objetivos da investigação (Saunders *et al.*, 2009).

Devido às peculiaridades que uma entrevista detém, esta apresenta vantagens e desvantagens, como se pode comprovar na Figura 4.9.



**Vantagens:**

- possibilidade de obter informação relevante, precisa e significativa para o estudo;
- maior flexibilidade aquando da colocação das questões;
- possibilidade em obter um maior número de respostas;
- permite a ajuda do entrevistador ao entrevistado;
- possibilita captar as respostas, o comportamento e a atitude do entrevistado, face às mesmas;
- não implica que o entrevistado saiba ler ou escrever;
- esclarecimento de possíveis dúvidas que possam surgir ao longo da entrevista.

**Desvantagens:**

- necessidade de uma maior especialização do investigador;
- os elementos de informação e de reflexão recolhidos não se apresentam, imediatamente, sob um modo de análise particular;
- ausência de confidencialidade das respostas;
- limitações da expressão verbal;
- dificuldade de análise para um número grande de entrevistas;
- disponibilidade e capacidade de verbalização do entrevistado;
- respostas parciais, e voluntária ou involuntariamente distorcidas.

Figura 4.9 – Vantagens e desvantagens da realização de um inquérito por entrevista

Fonte: adaptado de Filipe (2009); Guerra (2010) e Barañano (2008)

Face às características do estudo em causa, pareceu à investigadora que esta seria a melhor técnica a usar, mesmo ciente das suas desvantagens. O inquérito por entrevista, técnica que permite a recolha de dados primários, pode assumir várias funções: exploratória, analítica, verificativa e de expressão (Guerra, 2010). A função exploratória, que permite descobrir as linhas de orientação pertinentes para a investigação, devido ao desconhecimento inicial do fenómeno em estudo, foi aplicada aquando da revisão de literatura, através da entrevista a informadores privilegiados para o estudo em causa, nomeadamente representante da *Accessible Portugal* e da Associação Salvador.

Devido à interatividade que se sucede entre o entrevistado e o entrevistador, a entrevista pode assumir três tipos: estruturada, não-estruturada e semiestruturada (Filipe, 2009; Neves, 2009; Saunders *et al.*, 2009). A amostra que irá ser estudada na presente dissertação, e delimitada no ponto seguinte, será então inquirida segundo entrevistas semiestruturadas, em que as questões serão sustentadas na revisão da literatura efetuada.

Neste tipo de entrevista, o investigador redige um guião com perguntas predefinidas, fruto dos objetivos que decorrem da problematização (Guerra, 2010), e que podem variar de entrevistado para entrevistado (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009). Possibilita a introdução de questões com vista a clarificar ou desenvolver as respostas obtidas (Filipe, 2009; Saunders *et al.*, 2009); e permite que seja alterada a sua ordem consoante a linha orientadora que a entrevista tomar (Saunders *et al.*, 2009). Na sua estrutura, a entrevista poderá conter questões abertas e fechadas, dependendo do objetivo de cada pergunta, bem como da facilidade de resposta para o entrevistado.

Os guiões das entrevistas estão presentes na parte anexa à dissertação (Apêndices 1 a 9). Contudo, é de extrema importância abordar qual a metodologia usada aquando da redação das questões a integrar. Assim, os quadros apresentados nos Apêndices 10 a 18, visam esclarecer que tipo de informação se pretende obter para cada grupo de questões. De salientar que a leitura dos quadros não dispensa a consulta dos guiões das entrevistas em anexo.

### 4.4.3.3 - Formulação das hipóteses

Segundo Quivy e Campenhoudt (2008, p. 136), uma hipótese é uma proposição provisória que prevê a relação entre dois termos (conceitos ou fenómenos), e que deve ser verificada enquanto pressuposição. Estes mesmos autores defendem que a construção de hipóteses (gerais ou operacionais) fornece à investigação um fio condutor particularmente eficaz, e a sua composição é fruto dos conhecimentos teóricos já existentes (Hill & Hill, 2009).

As hipóteses são uma antecipação de uma relação entre dois conceitos que deverão ser submetidos a teste de factos através, no caso das ciências sociais, da observação. A sua validação, ou não, através da confrontação da hipótese e dos dados de observação designa-se de verificação empírica (Quivy & Campenhoudt, 2008; Zikmund *et al.*, 2009).

Forma de assegurar a coerência entre as partes do trabalho (Hill & Hill, 2009; Quivy & Campenhoudt, 2008; Salvado, 2009), as hipóteses deverão articular-se umas com as outras e integrarem-se logicamente na problemática do estudo (Quivy & Campenhoudt, 2008), a fim de justificar a parte empírica da investigação (Hill & Hill, 2009). Assim, as hipóteses gerais a testar, tendo por base a revisão da literatura efetuada, são:

**Hipóteses:**

---

**H1: A falta de conhecimento acerca do conceito de visitante com mobilidade reduzida está relacionado com o nível de acessibilidade da entidade.**

---

**H2: As barreiras ambientais são mais sentidas, face às económicas, interativas e intrínsecas.**

---

**H3: A prestação de informação adequada às pessoas com mobilidade reduzida é influenciada pelo nível de formação específica dos diferentes colaboradores a operar nas entidades.**

---

**H4: As entidades hoteleiras possuem um nível de acessibilidade mais baixo face aos outros *stakeholders* da oferta.**

Por forma a melhor compreender a formulação das hipóteses apresentadas, o quadro seguinte (Quadro 4.1) pretende dar a conhecer a sua operacionalização tendo por base os conceitos e as variáveis a serem estudadas.

Quadro 4.1 – Hipóteses gerais da investigação

Teoria	Conceitos	Variáveis	Hipóteses
Turismo Acessível	Visitante com mobilidade reduzida	Mobilidade; Visão; Audição; Idade; Condição de doença.	H1
	Nível de acessibilidade	Boa acessibilidade; Fraca acessibilidade; Inexistência de Acessibilidade.	
	Barreiras à participação em turismo	Barreiras ambientais, económicas, intrínsecas e interativas	H2
	Informação acessível	Correta; precisa; detalhada; formato; língua.	
	Formação específica	Linguagem gestual; Braille; Conhecimento das necessidades específicas.	H3
	Entidades hoteleiras	Alojamento de quatro, três ou duas estrelas	H4
	Outros stakeholders	Atrações turísticas; transportes; restauração; agências de viagens.	

Fonte: elaboração própria

#### 4.4.3.4 - Seleção da amostra

Segundo Hill e Hill (2009, p. 41), numa investigação empírica, os dados recolhidos são relativos a um conjunto de casos de investigação (população-alvo), do qual se pretende obter informações que visem dar resposta ao problema em estudo.

Contudo, e face a situações em que estudar todos os casos é praticamente impossível, o investigador delimita uma fração do universo populacional - amostra (Barañano, 2009), com a

finalidade última de obter dados que lhe permitam tirar conclusões, e extrapolá-las para a população total estudada (parte integrante do universo).

Assim, a amostra deve ser significativa e representativa da população pois, caso isso não se suceda, o investigador, aquando as conclusões, pode obter informações distorcidas da realidade.

A Figura 4.10 dá a conhecer o plano de amostragem delimitado para a presente investigação.

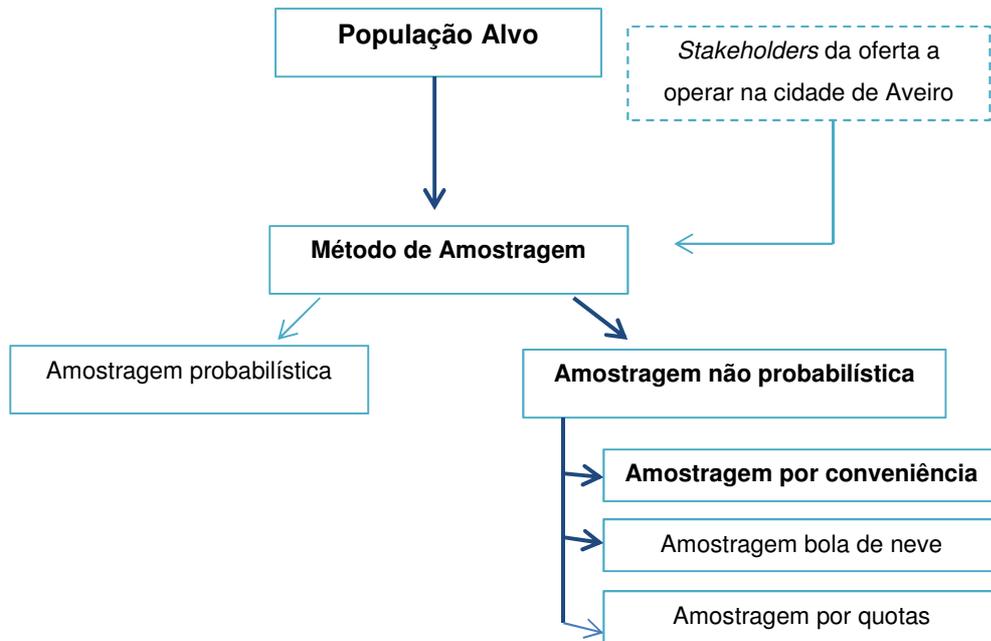


Figura 4.10 – Definição da amostra

Fonte: Elaboração própria com base em Barañano, (2009); Hill e Hill (2009)

Após a definição da população alvo, isto é, o conjunto de casos referentes aos *stakeholders* da oferta turística a operar na cidade de Aveiro, procedeu-se à escolha do método de amostragem que melhor correspondia aos objetivos propostos (Figura 4.10). Depois da revisão de literatura acerca dos diferentes métodos, decidiu-se que o método de amostragem escolhido seria o não probabilístico, em que a construção da amostra é feita segundo informações anteriormente obtidas acerca da população, sempre com a preocupação que esta seja fiel às características, bem como representativa, da população-alvo (Barañano, 2009).

A técnica de amostragem escolhida será a amostragem por conveniência. Ciente das implicações, por vezes negativas, que esta técnica trás para os estudos, a investigadora optou pela sua escolha devido a fatores como: falta de tempo para entrevistar toda a população alvo, custos, contributo das entidades entrevistadas para o estudo e tipologia das entidades. Assim, e numa primeira fase, as entidades contactadas englobam empreendimentos turísticos,

agências de viagens, entidades públicas, entidades de animação turística, transportes, restaurantes e associações (Quadro 4.2).

A amostra referente aos hotéis engloba todos aqueles presentes no centro da cidade de Aveiro, com duas ou mais estrelas. O mesmo sucede com os museus, que com base em dados oficiais emitidos pela entidade regional Turismo do Centro de Portugal (TCP), delimitaram-se quatro possíveis entidades a entrevistar. No que diz respeito à animação turística e agências de viagens, a demarcação das entidades a entrevistar seguiu uma lógica diferente. Foram assim escolhidas aquelas que, no parecer da investigadora, estavam recetivas a responder às entrevistas a serem administradas.

Ao nível da restauração foi feito um primeiro contato telefónico com a Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), no sentido de que a associação enunciasse possíveis restaurantes que contribuiriam positivamente para o estudo em causa. Assim, foram identificadas cinco possíveis cooperações para o estudo, no qual se incluiu a própria associação. Por fim, e relativamente aos postos de turismo e transportes rodoviários, as entidades delimitadas para responder às entrevistas referem-se às únicas existentes no centro da cidade de Aveiro.

Quadro 4.2 – Agentes da oferta a entrevistar

<b>Agentes da oferta a entrevistar</b>		
<b>Seleção da amostra</b>	<b>Alojamento</b>	As Américas Hotel Art Nouveau & Desenho (****) Meliã Ria Hotel & Spa (****) Hotel Moiceiro (****) Hotel Aveiro Palace (****) Hotel Imperial (***) Veneza Hotel (***) Hotel Afonso V (***) Hotel Jardim (***) Hotel das Salinas (**) Hotel Aveiro Center (**) Hotel José Estevão (**)
	<b>Museu</b>	Museu de Aveiro Museu da Cidade EcoMuseu Marinha da Troncalhada Fábrica da Ciência Viva
	<b>Animação turística</b>	EcoRia DouroAcima Apostafama O Cicerone Teatro Aveirense
	<b>Postos de turismo</b>	Welcome Center Turismo do centro
	<b>Agências de viagens</b>	Culturália - Viagens, Turismo e Animação TopAtlântico Bestravel

	Transportes	MoveAveiro TransDev
	Associações	AHRESP
	Restauração	Restaurante OláRia Restaurante Mercado do Peixe Restaurante Bombordo Restaurante Cafeína nos Arcos Restaurante Quatro Nós

Fonte: elaboração própria

Do total de 33 entidades sugeridas para fazerem parte da investigação, apenas dezassete concordaram em responder à entrevista administrada pela investigadora. Com uma taxa de resposta de cerca de 50%, desde logo o estudo ficou à partida condicionado. Contudo, das respostas obtidas, importa salientar que a sua contribuição, e disponibilidade por parte dos entrevistados, demonstrou ser de extrema importância para a realização do estudo.

Deve-se referir o fato de que a investigação não possui como finalidade última generalizar os dados obtidos para os restantes agentes da oferta turística a operar na cidade de Aveiro. Pretende-se sim conhecer qual a perceção e o comportamento que cada entidade possui face ao segmento de mercado do turismo acessível.

#### 4.4.4 Recolha dos dados

Como comprova a Figura 4.11, o distrito de Aveiro está situado no centro de Portugal e é constituído por dezoito concelhos. Contudo, será apenas no concelho de Aveiro que se situará o enfoque do estudo, mais precisamente nas freguesias da Vera Cruz e Glória. Esta delimitação espacial deve-se ao facto de ser esta a zona no concelho onde prevalece a existência de um maior número de agentes da oferta turística.

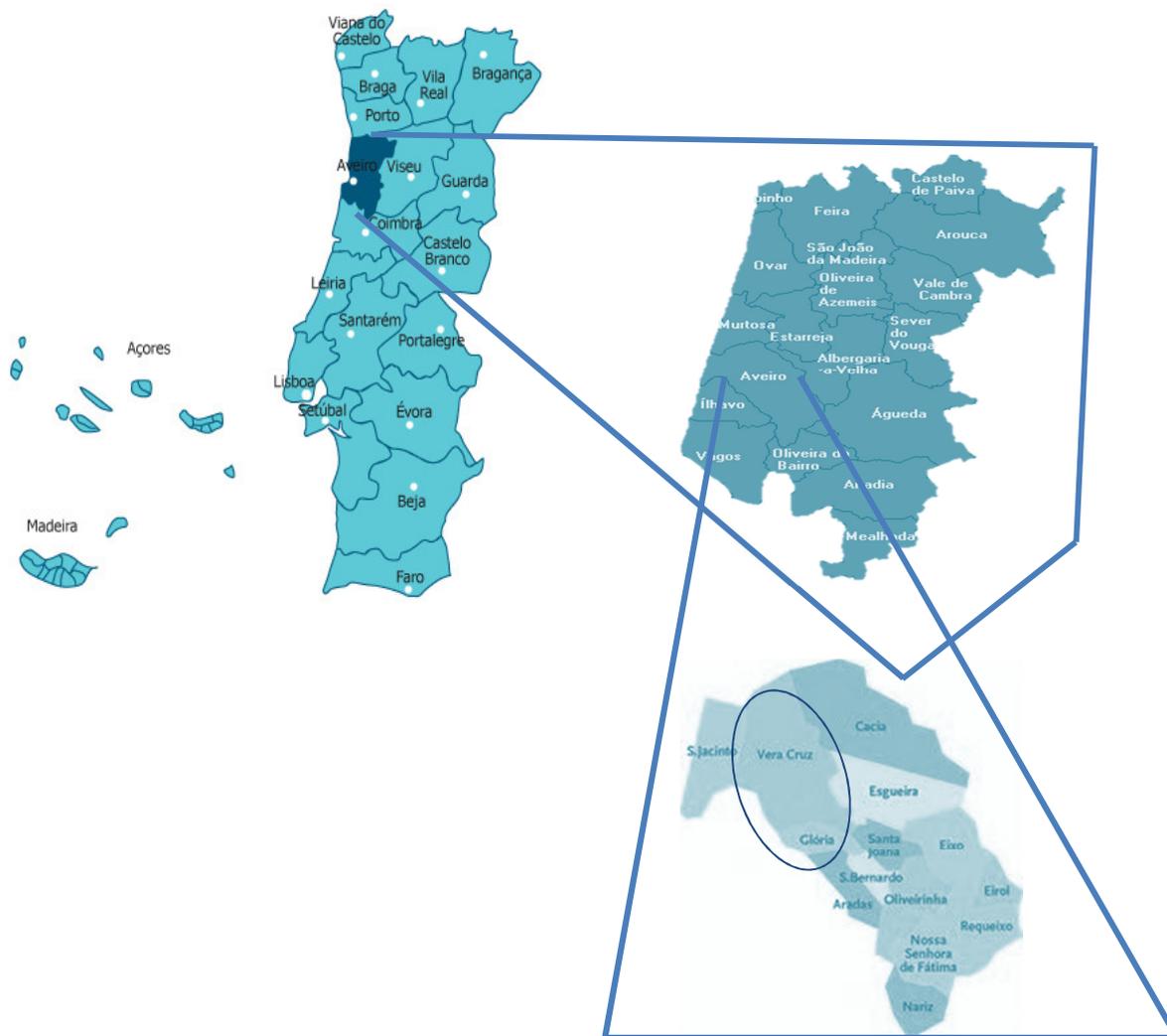


Figura 4.11 – Distribuição espacial da amostra

A recolha dos dados primários será efetivada com recurso à administração de entrevistas semiestruturadas e os dados serão obtidos, e gravados quando autorizado pelo entrevistado, por forma a serem usados para efeitos académicos e no âmbito do presente estudo. Estas terão lugar no ambiente habitual de trabalho do entrevistado, para que este se sinta confortável, e não reprimido, aquando da colocação das questões.

Contudo, e caso a entrevista não possa ser realizada pessoalmente, será remetido via correio eletrónico o guião da entrevista, para que a pessoa responsável o passa fazer, respondendo ao conjunto de questões delimitados para cada ocorrência.

A Figura 4.11 pretende, mais pormenorizadamente, delimitar a distribuição espacial da amostra segundo a localização exata de cada agente da oferta a ser entrevistado. Esta informação tem como objetivo complementar visualmente o Quadro 4.2.



Legenda: **Hotéis:** (1) As Américas Hotel Art Nouveau & Desenho \*\*\*\* (2) Veneza Hotel \*\*\* (3) Hotel Jardim Afonso V \*\*\* (4) Hotel Afonso V \*\*\* (5) Meliã Ria - Hotel & Spa \*\*\*\* (6) Best Western Hotel Imperial \*\*\* (7) Hotel Aveiro Center \*\* (8) Hotel das Salinas \*\* (9) Hotel Moliceiro \*\*\*\* (10) Hotel José Estevão \*\* (11) Hotel Aveiro Palace \*\*\*\* **Museus:** (12) Museu de Arte Nova (13) Museu da Cidade de Aveiro (14) Fábrica da Ciência Viva (15) Museu de Aveiro (16) Ecomuseu Marinha da Troncalhada; **Postos de turismo:** (17) Turismo Centro de Portugal (18) Welcome Center; **Empresas de transportes:** (19) TransDev (20) MoveAveiro; **Empresas de animação turística:** (21) Teatro Aveirense (22) O Cicerone (23) EcoRia (24) DouroAcima, (25) Apostafama; **Restaurantes:** (26) Restaurante OláRia (27) Restaurante Bombordo (28) Restaurante Quatro Nós (29) Restaurante Mercado do Peixe (30) Restaurante Cafeína nos Arcos; **Associações:** (17) AHRESP **Agências de viagens:** (31) BestTravel; (32) TopAtlântico; (33) Culturália.

### 4.4.5 Análise dos dados

A análise dos dados obtidos, segundo a administração de entrevistas aos agentes da oferta turística, será efetuada com o recurso a um instrumento de análise que as ciências humanas facultam aos investigadores: a análise de conteúdo.

Várias são as definições presentes na literatura acerca do que é a análise de conteúdo:

- Zhang e Wildemuth (2009, p. 11) referem que a análise de conteúdo permite ao investigador perceber a realidade social estudada de uma forma subjetiva, contudo com bastante especificidade.
- Guerra (2010, p. 62) afirma que a análise de conteúdo tem intrínseca duas dimensões: (i) dimensão descritiva, que visa dar conta do que foi narrado, e (ii) dimensão interpretativa, que resulta das interrogações levadas a cabo pelo investigador face ao objeto de estudo, com recurso a um sistema de conceitos teórico-analíticos cuja articulação permite formular regras de inferência.
- Bardin (2011, p. 44) refere que a análise de conteúdo caracteriza-se por ser um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter, segundo procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos referentes às condições de produção/receção das mensagens.
- Krippendorff (1980, citado por Guerra, 2011, p. 62) afirma que a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que permite fazer inferências válidas e replicáveis dos dados.

Do conjunto de definições apresentadas, podemos concluir que todas elas defendem que a análise de conteúdo tem subjacente a inferência de conhecimento que permite ao investigador obter conhecimentos acerca do emissor da mensagem ou acerca do seu meio (Bardin, 2011). A inferência permite que, aquando da descrição dos dados e posterior interpretação dos mesmos, haja uma ponte de ligação explícita e controlada.

Todavia, a aplicabilidade da análise de conteúdo, varia consoante o tipo de investigação bem como o tipo de dados recolhidos. Segundo Guerra (2010, p. 63), a escolha da técnica com vista a analisar todo o material recolhido depende dos objetivos de estudo, assim como do posicionamento paradigmático e epistemológico do investigador. Bardin (2011) apresenta seis grupos diferentes de tipos de análise de conteúdo: (i) análise categorial, (ii) análise de avaliação, (iii) análise da enunciação, (iv) análise proposicional do discurso, (v) análise da expressão, e (vi) análise das relações. Por outro lado, Demazière e Dubar (1997, citado por Guerra, 2010, p. 63) definem três tipos de análise de conteúdo: (i) análise proposicional do discurso, (ii) análise das relações por oposição, e (iii) análise indutiva de desenvolvimento dos próprios autores.

Aquando da análise de entrevistas, metodologia aplicada na investigação em estudo, a aplicabilidade de uma diversidade de técnicas de análise de conteúdo é possível (Guerra, 2010).

Face à complexidade e à multidimensionalidade do material verbal recolhido (Bardin, 2011), a análise de conteúdo das entrevistas é bastante delicada devido a um paradoxo existente aquando da sua realização. O objetivo final da sua aplicabilidade visa inferir algo relativo ao propósito em estudo, que irá representar os casos estudados. Contudo, aquando da entrevista o entrevistador depara-se com casos que se enaltecem pela sua unicidade. Cabe a este, e através do conjunto de técnicas à sua disposição, procurar uma estruturação discursiva específica que vá ao encontro do seu objetivo geral, e dos objetivos específicos da investigação.

Contudo, o investigador deve ter sempre em mente que a finalidade última do seu estudo, que através da preparação cuidadosa dos dados recolhidos, da sua codificação e da sua interpretação, os resultados da análise de conteúdo qualitativa, irá permitir apoiar o desenvolvimento de novas teorias e modelos, bem como validar as teorias existentes (Zhang & Wildemuth, 2009).

A utilização de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdos nas entrevistas (Bardin, 2011, P. 40) permitirá, a quem lê e a quem produz o conhecimento, compreender a realidade social de uma forma subjetiva, mas científica, através da identificação de temas importantes inseridos no corpo do conteúdo (Zhang & Wildemuth, 2009).

## 4.5 Justificação do estudo

Como referido na introdução do capítulo anterior, 15% da população mundial sofre de algum tipo de mobilidade reduzida, representando mais de um mil milhão de pessoas em todo o mundo (OMS, 2011). Se tivermos em conta que grande parte desta população tem o desejo de viajar (Packer *et al.*, 2008), e que os dados demográficos corroboram esta tendência de crescimento de viagens realizadas por este grupo de pessoas (Devile, 2009), então este mercado terá de fazer parte das agendas dos representantes da indústria turística mundial. Darcy (2003, p. 62), aquando da compilação da sua tese de doutoramento, salientou que, contrariamente ao que o senso comum defende, as pessoas com mobilidade reduzida não veem na sua condição um fator decisivo para não viajar. Pelo contrário, cerca de 94% da população em estudo manifestou desejo de viajar.

A aposta no turismo acessível permite uma maior sustentabilidade social (Darcy, 2010a) que, segundo Moura e Kastenholz (2010, p. 236), se apresenta como vantajoso, não apenas para

os visitantes com mobilidade reduzida, mas também para os seus acompanhantes e todos aqueles que demonstram ser sensíveis e esta causa social. Buhalis *et al.*, (2005, p. 8) vão ao encontro desta perspetiva, ao afirmar que enquanto a indústria turística não perceber esta importância, não conseguirá atrair uma maior base de clientes.

Todavia, apostar neste novo segmento é também apostar na diferenciação e acréscimo de valor do destino (Moura & Kastenzholz, 2010), cuja vantagem competitiva (Buhalis *et al.*, 2005; Moura & Kastenzholz, 2010) se alicerça na construção de uma sociedade mais acessível, no melhoramento da gestão operacional dos destinos (Buhalis *et al.*, 2005; Michopoulou & Bihalis, 2011), na competitividade face a outros concorrentes e na diferenciação de produtos que o destino dispõe (Moura & Kastenzholz, 2010).

Embora os visitantes com mobilidade reduzida geralmente possuam menos poder económico, autores, como Buhalis *et al.* (2005) e Neumann e Reuber (2004), defendem nos seus estudos que estes tendem a economizar o rendimento de que dispõem para que assim possam viajar. Uma vez no destino escolhido, estes tendem a gastar mais por dia do que os restantes segmentos (Buhalis *et al.*, 2005; Guerra, 2003).

Assim, o desenvolvimento sustentável de um destino turístico, como verificado até ao momento, não deverá remeter para segundo plano a promoção de produtos acessíveis assentes em princípios e direitos de equidade e justiça (Devile, 2009; Michopoulou & Bihalis, 2011), pois a sua competitividade, se assente na tomada de consciência da existência de um novo segmento de mercado e na melhoria da qualidade da oferta turística, permitirá o aumento da quota de mercado e, conseqüentemente, uma oportunidade de negócio com perspetivas a longo-prazo (Guerra, 2003; Montes & Aragall, 2009).

Para conseguir dar respostas ao segmento de mercado em estudo é necessária uma atenção especial dos gestores da oferta para as diferentes estatísticas apresentadas por instituições ou estudos da área em investigação. Através de estatísticas publicadas pela OMS (2011) e por Buhalis *et al.* (2005), e tendo em conta os países emissores de visitantes com maior quota de mercado na cidade de Aveiro – universo que irá ser estudado na segunda parte do projeto – poder-se-á verificar a prevalência de incapacidade segundo cada país, a percentagem de membros da família e amigos que são afetados pelo visitante com algum tipo de mobilidade reduzida, bem como a população com necessidade de requisitos de acessibilidade (Figura 4.12). Denote-se o caso específico de Portugal e Espanha, cujo número de dormidas e número de hóspedes detém o maior valor (Figura 4.13) para a cidade de Aveiro. Se os agentes da oferta turística apostassem na remoção das barreiras e respondessem com eficácia às motivações dos visitantes com mobilidade reduzida, eles poderiam abranger cerca de 20% da população portuguesa e 8,5% da população espanhola, e dar resposta a quase 30% e 23,5%, respetivamente, da população com necessidades especiais de acessibilidade.

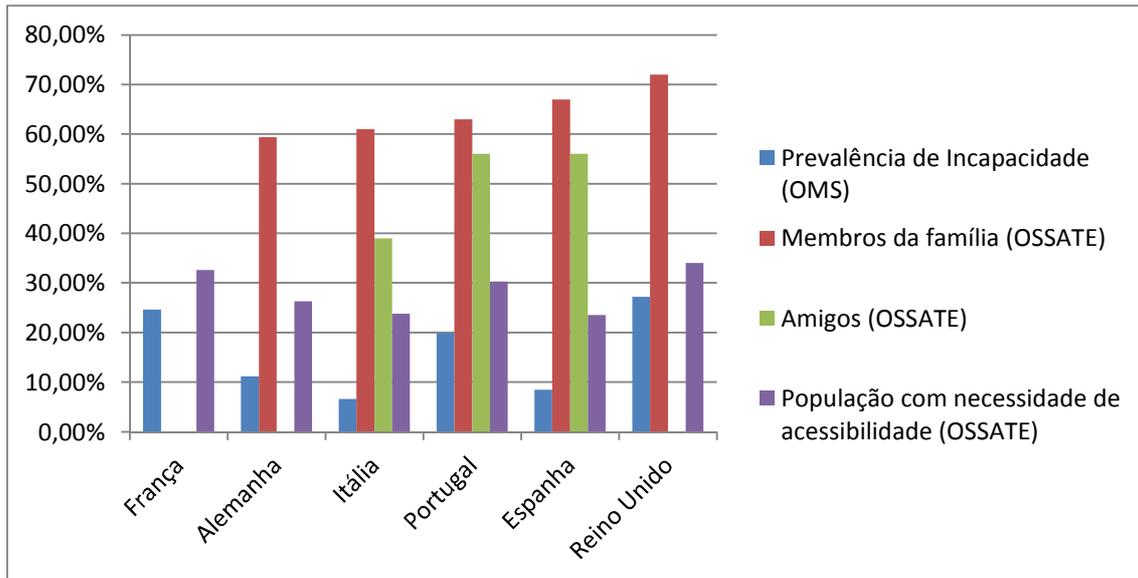


Figura 4.12 - Prevalência de incapacidade, membros da família e amigos que são afetados pelo visitante com mobilidade reduzida e população com necessidade de requisitos de acessibilidade, por país de origem

Fonte: Buhalis *et al.*, (2005); OMS, (2011)

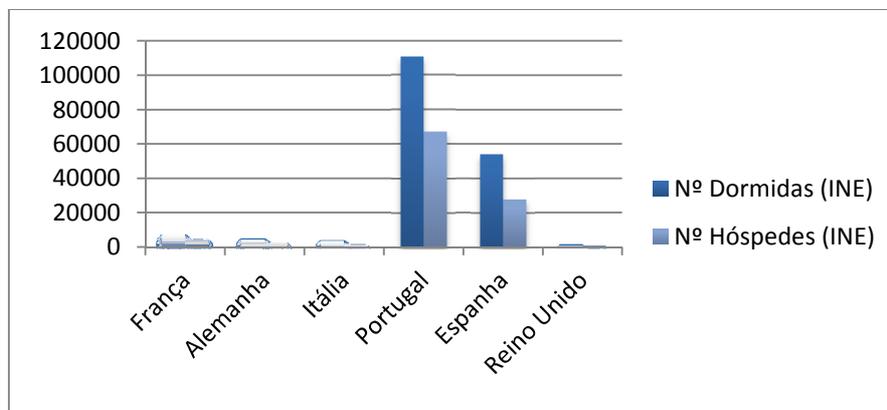


Figura 4.13 - Número de dormidas e de hóspedes na cidade de Aveiro

Fonte: INE (2009)

O segmento dos visitantes com mobilidade reduzida, quando despertado o sentimento de segurança e acessibilidade num destino, são mais leais a este do que aqueles sem mobilidade reduzida, o que importará consequências bastante positivas para os agentes económicos (Buhalis *et al.*, 2005; Kastenholtz *et al.*, 2010; Neumann & Reuber, 2004). Se aliado ao facto de que normalmente as viagens são realizadas na época baixa, então os gestores poderão ver neste segmento uma saída para um dos grandes problemas da indústria turística – a sazonalidade (Buhalis *et al.*, 2005; Moura & Kastenholtz, 2010).

Neumann e Reuber (2004, p. 19) e Darcy (1998, p. 22) chamam ainda a atenção da oferta turística para o facto de os visitantes com mobilidade reduzida viajarem quase sempre acompanhados por familiares ou amigos. Esta condição, comprovada na Figura 4.14 através dos dados referentes aos membros da família e amigos afetados pela incapacidade deste segmento de mercado, permitirá um maior efeito multiplicador sobre as despesas de viagens em geral (Buhalis et al., 2005) e, conseqüentemente, um maior retorno económico para o destino, caso este apresente um ambiente turístico acessível, e um aumento da sua capacidade de atração (Devile, 2009).

Em suma, a aposta no turismo acessível por parte da oferta traria os seguintes benefícios para o destino (Moura & Kastenholz, 2010, p. 233): (i) argumentos morais (inclusão social); (ii) inovação e aumento da competitividade; (iii) dimensão do mercado; (iv) atração de novos clientes; (v) combate à sazonalidade; e (vi) fortalecimento do negócio proporcionado pela inovação e reforço da competitividade.

## 4.6 Conclusão

A correta delimitação de todo o processo metodológico a ser aplicado numa investigação científica encontra-se revestida de extrema importância e com um enorme contributo para o sucesso desta.

Assim, pretendeu-se, com este capítulo, e numa primeira fase, dar a conhecer os diferentes modelos de procedimentos metodológicos existentes na literatura. Através do seu estudo, compreensão e aplicabilidade na área do turismo, estes serviram de base à delimitação do modelo conceptual específico da investigação em curso.

Devidamente sustentados cada um dos passos, a investigadora, após a revisão da literatura, e de delimitar os diferentes objetivos específicos a que se propôs para a investigação em curso, decidiu optar pela aplicação de entrevistas para a obtenção dos dados primários, cuja análise será efetuada através da análise de conteúdo. O objetivo geral e os objetivos específicos, bem como as hipóteses foram delimitadas. Por fim, procedeu-se à justificação do estudo.

Ponte de ligação entre a revisão da literatura e a apresentação dos dados recolhidos, este capítulo permite dar continuidade ao que a investigadora se propôs alcançar. Assim, o próximo capítulo será o resultado de todos os passos metodológicos apresentados. São realizadas as devidas análises às informações relativas a cada caso entrevistado, e reiteradas as devidas conclusões.

# Capítulo 5 - Apresentação, análise e discussão dos dados recolhidos

## 5.1 Introdução

O culminar de toda a investigação científica começa agora a emergir através da apresentação, análise e discussão dos dados obtidos. Depois de efetuada toda uma revisão de literatura, devidamente fundamentada, e o processo de recolha de dados estar devidamente concluído, é imprescindível a apresentação e análise das informações obtidas. Contudo, além de se apresentar aquilo que o investigador conseguiu obter, é necessário, e primordial, a sua análise e discussão, remetendo sempre que necessário para a revisão da literatura efetuada. Todo este processo enriquecerá a pesquisa e irá torná-la importante para a geração de conhecimento científico.

Assim, após a transcrição das entrevistas e depois de uma leitura atenta e cuidada da informação recolhida, procedesse-a à compilação, estudo e discussão dos dados, que em conjunto delimitarão todo o presente capítulo. A metodologia aplicada visa efetivar estas três premissas ao mesmo tempo. Assim, numa primeira fase serão expostos os dados transversais a todos os entrevistados e respetiva análise e discussão. De seguida, são apresentados os resultados específicos a cada grupo de agentes da oferta, procedendo ao seu estudo pormenorizado e completo.

## 5.2 Apresentação, análise e discussão dos dados

### 5.2.1 Os dados transversais a todas as entidades entrevistadas

Como referido na parte introdutória do capítulo, a metodologia aplicada passa por, num primeiro momento, analisar todas as questões transversais aos agentes da oferta entrevistados. A abordagem ao tema turismo acessível teve início com uma questão bastante pertinente para que se percebesse se o entrevistado, enquanto figura representativa da entidade, possuía um conhecimento correto acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível. O Quadro 5.1 dá a conhecer o conjunto de respostas obtidas dos diferentes dezassete entrevistados.

Quadro 5.1 – Delimitação do segmento de mercado de turismo acessível

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<p><b>Delimitação do segmento de mercado de turismo acessível</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “(...) pessoas com mobilidade condicionada, como, por exemplo, as pessoas em cadeiras de rodas” (E1, E11, E12, E14, E16)</li> <li>• “(...) todas as pessoas com ou sem limitações aparentes” (E2)</li> <li>• “(...) segmento que engloba o turismo cultural (...), turismo de negócios (...), e atividades de lazer e de tempo livre (...)” (E3)</li> <li>• “(...) engloba os turistas com deficiência motora e aqueles com incapacidade invisuais e/ou auditivas” (E4, E5, E11)</li> <li>• “(...) é aquele com necessidades especiais, nomeadamente ao nível da locomoção e ao nível físico e psicológico. Também engloba os idosos que, devido à condição “idade”, também carecem de especial atenção” (E6, E7, E12, E14)</li> <li>• “(...) a principal característica é o fato de viajarem em grupo” (E7)</li> <li>• “Não tenho nenhuma opinião formada” (E8, E13)</li> <li>• “(...) aqueles que possuem alguma dificuldade na utilização/aquisição de produtos turísticos” (E9)</li> <li>• “(...) engloba as pessoas com necessidades especiais, idosos, pessoas com carrinho de bebés, entre outros” (E10, E17)</li> <li>• “(...) não viajam apenas para ver, pois pretendem perceber tudo e saber as especificidades do que visitam” (E10)</li> <li>• “(...) todos aqueles que por motivos físicos ou psicomotores necessitam de apoios materiais e/ou humanos” (E15)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Pessoas em cadeira de rodas;</li> <li>(ii) Pessoas com deficiência motora;</li> <li>(iii) Pessoas com incapacidade invisual e/ou auditiva;</li> <li>(iv) Idosos;</li> <li>(v) Pessoas que necessitam de apoio material e/ou humano;</li> <li>(vi) Pessoas com necessidades especiais;</li> <li>(vii) Pessoas com carrinhos de bebé;</li> <li>(viii) Pessoas com dificuldade de utilização/aquisição de produtos turísticos.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

Ao atentarmos mais pormenorizadamente nas respostas, verificamos que a ideia que os entrevistados possuem acerca do segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida é ainda muito vaga, pouco estruturada, bastante generalista, e com maior incidência nas pessoas em cadeira de rodas. Existe mesmo quem não tenha nenhum conceito formado acerca de que tipo de visitante engloba o mercado do turismo acessível. Contudo, surgem também respostas que demonstram um maior conhecimento relativo a este tema. Alguns entrevistados mencionam o segmento sénior, as pessoas com carrinhos de bebés, e pessoas com incapacidades auditivas e visuais, como fazendo parte daqueles que usufruem do turismo acessível. Isto revela, e como referido na literatura, que começa a emergir uma mudança de mentalidades e comportamentos por parte dos agentes da oferta turística (Darcy & Dickson, 2009).

A falta de conhecimento que se tem vindo a verificar ao longo dos anos, e nomeadamente ao longo das entrevistas, poder-se-á justificar com o fato de ser recente a consciencialização por parte da sociedade, para a existência deste mercado, mas mais especificamente para a emancipação das pessoas com mobilidade reduzida. Como referido no primeiro capítulo, data

da década de 1970 os primeiros movimentos de luta pelos direitos das pessoas com incapacidade (Buhalis & Darcy, 2011; Carson, 2009; Darcy, 2003; Shakespeare & Watson, 2002), nomeadamente no que diz respeito ao direito à cidadania (Darcy, 2003; OMS, 2011). Especificamente, e no que concerne à atividade turística, só em 1989 surgiu o primeiro estudo singular que se intitulou de “Turismo para Todos”, e apenas sete anos depois é criado, a nível europeu, o primeiro “Manual para a Indústria do Turismo: Tornar a Europa acessível para turistas com deficiência”.

Em suma, todos estes apontamentos vão ao encontro do referido na literatura especializada da área, que defende que os gestores da oferta turística, os colaboradores a operar nos diferentes meios turísticos, e estes, por sua vez, enquanto população local, ainda não possuem um conhecimento correto, completo e pormenorizado acerca do que se fala quando se aborda o termo - segmento de mercado do turismo acessível.

É assim urgente a necessidade de construir uma sociedade mais conhecedora, a fim de colmatar lacunas, como a exclusão social e as atitudes negativas para com o segmento em estudo. Tudo isto, e como referido no início do estudo, é resultado da forma como a sociedade tem sido construída em termos de valores e crenças, conjugado com o ambiente em que os indivíduos estão inseridos. Continuam a prevalecer barreiras impeditivas à participação em turismo, que demonstram ter um forte impacto negativo ao nível psicológico dos visitantes com mobilidade reduzida, como referem Bi, Card e Cole (2007), Packer *et al.* (2008), Shaw e Veitch (2011), Small, Darcy e Packer (2011).

Outra das implicações óbvias da falta de conhecimento, por parte de um gestor de uma determinada entidade do sistema turístico, acerca deste segmento de mercado, refere-se à incapacidade deste em construir diretrizes que vão ao encontro dos visitantes com mobilidade reduzida. Se os responsáveis ao nível da gestão não sabem, ou não possuem uma compreensão exaustiva, que uma pessoa com mobilidade reduzida apresenta inúmeras necessidades concretas e claras, e requiere um determinado atendimento diferenciado face a outra pessoa, a resposta a estas necessidades, com certeza, não vai estar isenta de barreiras. Transpondo esta ideologia para casos mais profundos de mobilidade condicionada, o visitante sentirá que a entidade o está a excluir.

É, assim, imperativo que fornecedores de produtos turísticos, enquanto agentes centrais para a satisfação das necessidades específicas dos visitantes, antes, durante e após a viagem (Neumann & Reuber, 2004), estejam consciencializados para o verdadeiro significado de segmento de mercado do turismo acessível, a fim de se construírem destinos sustentáveis, assentes nos princípios do Desenho Universal, e totalmente acessíveis.

Os destinos, enquanto amálgama de produtos turísticos oferecidos pelos diversos agentes da oferta, devem disponibilizar uma experiência integrada, assente no direito à igualdade de experiências. Como referido na revisão de literatura, a existência, promoção e desenvolvimento

do turismo acessível é, além de uma questão de convergência de necessidades e interesses, uma questão de convergência de competências, as quais os demais responsáveis têm ignorado e, conseqüentemente, deixado de lado a urgência em criar serviços adaptados às condições dos visitantes (Darcy, 2010b).

Assim, a segunda temática estudada refere-se à gestão das políticas da entidade. Pretendia-se, assim, averiguar se as diretrizes adotadas em cada entidade tinham em conta as pessoas com mobilidade reduzida e se estavam assentes na premissa da igualdade de experiências (Quadro 5.2). A maioria dos casos entrevistados respondeu afirmativamente à questão colocada, o que vem demonstrar uma tímida, mas evolutiva, preocupação para com o segmento em estudo. Contudo, podemos aferir, também, que dois casos referiram que a política de gestão da entidade não tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida, pois, segundo eles, o número de visitantes que recebem, bem como os serviços turísticos já adaptados, são ainda bastante reduzidos.

Quadro 5.2 – Política de gestão da entidade em relação ao segmento de turismo acessível

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<b>A política de gestão da entidade tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Não” (E1, E13)</li> <li>• (...) a quota de mercado recebida não justifica uma política (...), nem uma ação de marketing específica (...).” (E1)</li> <li>• “ (...) são poucos os serviços adaptados para os receber (...). (E13)</li> <li>• “Sim” (E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E14, E15, E16, E17)</li> <li>• “(...) possuímos um quarto adaptado” (E3, E4, E5)</li> <li>• “ (...) contudo devido às características da entidade, a nossa política não pode, em certos espaços, ser mais acessível (...).” (E6)</li> <li>• “(...) a nossa política sempre teve em atenção (...) basta ler o nosso lema (...).” (E10)</li> <li>• “ (...) estamos a fazer um esforço por eliminar barreiras existentes (...) e (...) tentamos sempre corresponder às necessidades específicas com o reforço de pessoal.” (E12)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Quota de mercado não justifica uma política específica;</li> <li>(ii) Unidades de alojamento adaptadas;</li> <li>(iii) Eliminação de barreiras.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

No entanto, e embora a política adotada, por parte das entidades em estudo, ainda não tenha definitivamente inerente a ela a preocupação para com os visitantes com mobilidade reduzida, já se verifica uma maior consciencialização da necessidade de criar condições favoráveis. Através de esforços para colmatar várias lacunas existentes, estas iniciam um caminho diretivo no sentido de emergirem diretrizes de gestão, por forma a facilitar a aquisição de vários produtos turísticos existentes no destino.

Assim, e segundo uma visão sistémica por parte dos agentes responsáveis (neste caso, os entrevistados), poder-se-á concluir que as primeiras duas fases evolutivas de um destino sustentável, e acessível, referidas no subcapítulo 3.4 “Conceptualização de destino acessível” estão agora a ser debatidas. A primeira – tomada de consciência – já começa a estar enraizada no destino turístico Aveiro, contudo com um caminho contínuo ainda por percorrer. A segunda fase – conceção – carece ainda de um maior esforço no sentido de serem definidas políticas e criados programas de intervenção, que permitam dar resposta à fase três – desenvolvimento e fortalecimento da entidade.

Porém, o ciclo vicioso referido na análise anterior parece, segundo as respostas obtidas, estar ainda eminente. O gestor, enquanto figura importante para a criação de condições de igualdade, ainda não conhece específica e detalhadamente a quem o mercado do turismo acessível se destina. Este fator concreto não permite assim a delimitação de políticas de gestão, programas de desenvolvimento para a entidade, bem como ações de marketing sustentável, que respondam cuidada, e objetivamente, às necessidades específicas do segmento de mercado do turismo acessível.

Surge assim a necessidade do Estado, enquanto figura importante para o correto funcionamento do sistema social, e especificamente do sistema turístico, abrir mentalidades, através da tomada de decisões legislativas que vão ao encontro de uma maior acessibilidade e mobilidade na oferta turística do destino. Como verificado no subcapítulo referente à legislação na área do turismo acessível, e embora no caso português sejam poucos os casos no âmbito da criação de produtos acessíveis, os existentes já começam a resguardar a igualdade e o direito à participação e aquisição de produtos turísticos. Outro bom exemplo, e como abordado no mesmo capítulo, é a aprovação da Resolução por parte da Assembleia da República para a criação de um plano de desenvolvimento turístico tanto falado, e devido à sua inerente importância, na literatura especializada. Assim, poderá ser este o início de um caminho cuja finalidade última será a adoção de medidas específicas que obriguem, ou sugiram, aos agentes da oferta a prática de uma política integrada e sustentada na igualdade de experiências para pessoas com mobilidade reduzida.

As estatísticas relativas ao segmento de mercado do turismo acessível demonstram a existência de uma curva positiva, referente à procura, e cada vez mais em evolução exponencial. Face a este panorama descrito na revisão literária tornou-se de todo importante questionar os agentes da oferta a operar na cidade de Aveiro acerca da sua opinião em relação à atratividade e crescimento do mercado.

As respostas obtidas dividiram quase que equitativamente, entre o “sim” e o “não”. Atente-se o Quadro 5.3.

Quadro 5.3 – Perceção acerca da atratividade e crescimento do segmento de mercado do turismo acessível

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<b>O segmento de mercado do turismo acessível é atrativo e está em crescimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Sim” (E2, E3, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E17)</li> <li>• “Não” (E1, E4, E5, E6, E13, E14, E15, E16)</li> <li>• “ (...) devido à sua dimensão ser tão pequena” (E1)</li> <li>• “ (...) contudo as ofertas ainda são escassas” (E3)</li> <li>• “ É um cliente como todos os outros” (E4, E5, E14, E16)</li> <li>• “ (...) não se aplica (...) pois temos que dar resposta a todas as pessoas de forma igual.” (E6, E15)</li> <li>• “ (...) ainda há a fazer muito ao nível das infraestruturas (...) e remoção de barreiras.” (E7)</li> <li>• “ (...) temos realizado adaptações significativas nos nossos serviços (...)” (E9)</li> <li>• “ (...) é ainda um segmento pouco divulgado (...)” (E13)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Cliente como todos os outros;</li> <li>(ii) Tratados de forma igual;</li> <li>(iii) Realização de adaptações;</li> <li>(iv) Melhoramento das infraestruturas e remoção de barreiras;</li> <li>(v) Segmento pouco divulgado.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

No que se refere ao crescimento do mercado do turismo acessível, grande parte dos entrevistados preferiu uma resposta positiva. Esta deveu-se maioritariamente ao crescimento associado ao segmento sénior e não tanto ao segmento das pessoas com incapacidade. Contudo, demonstra ser positiva esta consciencialização dos gestores para o crescimento significativo do segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida. Esta ideologia vai ao encontro das estatísticas divulgadas no que respeita ao crescimento daqueles que pretendem viajar e que pertencem ao segmento do mercado em estudo.

A diversidade de respostas a este tema está, então, associada à atratividade do segmento. Enquanto alguns dos entrevistados preferiram uma resposta de indiferenciação dos segmentos que recebem, “[...] não se aplica [...] pois temos que dar resposta a todas as pessoas de forma igual”, houve quem referisse que face ao número reduzido de clientes deste segmento, este não era considerado atrativo.

Quando a resposta foi positiva, e o entrevistado referia que o segmento das pessoas com mobilidade reduzida era atrativo, sustentavam também que muito havia ainda para ser feito, nomeadamente no que diz respeito à remoção das barreiras. Esta é, sem dúvida, uma das temáticas para a qual os agentes da oferta terão de definir um conjunto de políticas, que culminem num programa de desenvolvimento sustentável, em que premissas como mobilidade, acessibilidade, Desenho Universal, mobilidade condicionada, sustentabilidade, motivações do segmento em estudo e remoção de barreiras, deverão estar patentes e bem definidas, para que respostas convincentes e aplicáveis surjam no panorama turístico.

Ao longo da revisão literária efetuada percebeu-se, de forma global, que são realmente poucos os exemplos de agentes da oferta turística que consideram o segmento do mercado do turismo acessível atrativo para o seu negócio e/ou destino. Caso contrário, um maior número de barreiras seriam removidas, planos sustentáveis seriam desenvolvidos, e as pessoas viajariam mais, e com mais segurança.

Contudo, e como existe sempre a outra face da moeda, deve-se salientar a existência de boas práticas que começam a emergir em todo o mundo, como por exemplo agências de viagens especializadas, empresas de animação turística com venda de produtos acessíveis, destinos totalmente adaptados para receber o segmento em estudo, entre outros, demonstrando um conhecimento elevado face à atratividade do mercado em estudo. Embora em número reduzido, devem ser evidenciadas e tidas em conta aquando da decisão de receber visitantes com mobilidade reduzida. Estes, se abordados com uma base teórica sustentada, aquando da implementação de programas específicos, o aumento da quota de mercado será traduzido num crescimento, por exemplo, de receitas em época baixa, e numa atratividade adicional face a outros destinos.

Como referido até ao momento, verifica-se nos resultados obtidos que a quota de mercado recebida, por parte das entidades entrevistadas, é ainda reduzida. Segundo o Quadro 5.4 todos os entrevistados, à exceção de um, que ainda não opera com o segmento, responderam que já recebem e trabalham com visitantes com mobilidade reduzida.

Quadro 5.4 – Quota de mercado recebida

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<p><b>A entidade trabalha com o segmento de mercado do turismo acessível e evolução da quota de mercado recebida</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Sim recebemos” (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E14, E15, E16, E17)</li> <li>• “Não trabalhamos com o mercado do turismo acessível” (E13)</li> <li>• “(...) recebemos, contudo o número de turistas é ainda muito pouco (...)” (E1)</li> <li>• “ (...) a evolução da procura tem subido ligeiramente” (E2, E3, E4, E5, E8, E9, E14, E16)</li> <li>• “ (...) nunca se fez muito para aumentar o número de turistas deste segmento.” (E4, E5)</li> <li>• “ (...) temos vindo a verificar um diminuição da procura (...)” (E6, E12)</li> <li>• “ (...) não se aplica à nossa entidade (...) fazemos um trabalho orientado para os produtos e não segmentos” (E7)</li> <li>• “ (...) o mercado sénior tem vindo a aumentar bastante.” (E10)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Recebemos e trabalhamos com visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>(ii) Evolução da procura muito ligeira, embora positiva;</li> <li>(iii) Aumento do mercado sénior;</li> <li>(iv) Trabalho orientado para o produto e não para o segmento.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

Estas respostas vêm sustentar o que já foi debatido. Se uma determinada entidade não vê no segmento do turismo acessível uma possibilidade de negócio, se a sua política não vai ao encontro das necessidades deste, e se não o consideram sustentavelmente atrativo, a quota

de mercado recebida será diminuta. Embora, e, na sua maioria, os entrevistados tenham referido que a evolução da procura tenha sido ligeiramente positiva, esta encontra-se associada quase que exclusivamente a uma parte do mercado – o segmento do mercado sénior.

É, assim, colocada de lado uma grande parte de visitantes que integram o segmento de mercado em estudo e que, segundo estudos consultados ao longo da revisão literária, demonstram possuir dados bastante significativos no que diz respeito ao número de visitantes a querer viajar, e a viajar efetivamente,.

No entanto, e através das respostas conseguidas, poder-se-á concluir que o destino turístico Aveiro já recebe visitantes com mobilidade reduzida, e que na sua globalidade as entidades verificam um acréscimo da procura. Cabe aos demais responsáveis continuar o percurso de adaptação necessário, e estudar outro dos temas abordados na revisão literária – as motivações dos visitantes com mobilidade reduzida, por forma a aumentar a quota de mercado recebida. É reconhecido na literatura que, se um determinado destino ou entidade, conhecer precisa e corretamente os motivos que levam determinado visitante a deslocar-se para fora do seu ambiente habitual, maior será a atratividade deste (Kastenholz *et al.*, 2010; Yau *et al.*, 2004). Todavia, esta pode ser uma tarefa difícil devido à heterogeneidade do mercado em estudo (Buhalis & Michopoulou, 2010), e os agentes da oferta devem preparar-se minuciosamente para ela.

Uma das lacunas inerentes à análise já efetuada, mas que ainda não foi abordada diretamente, é a formação específica do pessoal. Facilmente se pode concluir através do que foi discutido, que parte daqueles que interagem com as pessoas com mobilidade reduzida não possuem qualquer tipo de formação específica que vá ao encontro do segmento de mercado em estudo. Caso contrário, a mentalidade de negócio que imperava seria de integração e não de diferenciação.

Esta é uma das barreiras à participação em turismo referidas na revisão de literatura. Circunscrevida no grupo de barreiras interativas, a falta de atendimento adequado e especializado carece ainda de uma atenção pormenorizada por parte dos gestores turísticos. Os resultados obtidos vão ao encontro do referido na literatura (Quadro 5.5). Nenhum dos casos em estudo possui, no seu quadro de colaboradores, pessoas com formação específica para pessoas com mobilidade reduzida, embora cinco entidades referissem que talvez num futuro próximo pretendam contratar pessoas com conhecimento especializado, ou dar formação que vise a satisfação das necessidades dos visitantes com mobilidade reduzida.

Quadro 5.5 – Formação do pessoal

<b>Formação de Pessoal</b>		
	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
<b>Formação específica para pessoas com mobilidade reduzida</b>	0	17
<b>Contratação, ou formação, de colaboradores capazes de dar resposta a pessoas com mobilidade reduzida</b>	5	12
<b>Colaboradores disponíveis durante o período de abertura</b>	1	16

Fonte: Elaboração própria

Porém, é de salientar uma das respostas obtida. Segundo a entrevista *E10*, entidade de animação turística, parte da formação que detêm os seus colaboradores “é conseguida através da convivência, no seu grupo de amigos, com pessoas que fazem parte do segmento em estudo”. O entrevistado acrescenta ainda que os colaboradores não possuem uma formação ao nível da linguagem gestual pois “não encontramos um curso de iniciação à língua gestual”. Contudo possuem alguém capaz de ajudar um invisual a usufruir dos serviços que adquiriu. Esta perceção analítica da entrevista sustenta o que foi referido por Card *et al.* (2006), nomeadamente que era nas atrações turísticas que menos se fazia sentir, na opinião dos prestadores de serviços e dos visitantes, as barreiras interativas.

Todo este panorama geral de falta de formação implica consequências negativas, nomeadamente ao nível da satisfação dos clientes, que precisa ser minimizado, e para a qual os gestores devem estar diligentes no que diz respeito à formação e sensibilização dos colaboradores para as necessidades específicas de pessoas com mobilidade reduzida (Peixoto & Neumann, 2009).

Quando questionados acerca do motivo pelo qual não possuem pessoal com formação, a resposta foi imediata: a crise pela qual o país atravessa não permite a contratação de pessoal extra que colmate esta lacuna ou a definição de uma formação específica que englobe temas como as diferentes necessidades das pessoas com mobilidade reduzida.

Ainda no grupo de barreiras interativas existentes num destino, a falta de informação foi outro dos temas abordados. A sua inclusão nos guiões de entrevista deveu-se ao fato de, na revisão de literatura, esta ser uma das mais sentidas em todo o processo de tomada de decisão, bem como aquando da deslocação ao destino e regresso ao ambiente habitual.

Com o avançar da tecnologia, em especial aquela ligada à internet, permitiu que todo o conteúdo informativo relativo a uma determinada entidade turística estivesse ao alcance de todos, em qualquer parte do mundo, e a qualquer hora. A provisão de informação *on-line* é, e como referido na literatura, um dos fatores ao qual os visitantes com mobilidade reduzida atribuem um grau de importância bastante elevado no processo de tomada de decisão. Face a isto, tornou-se de extrema importância perceber se os atores turísticos entrevistados possuíam *site* oficial, e se este estava acessível a todos, segundo um conjunto de critérios devidamente sustentados na literatura.

O Quadro 5.6 permite verificar que, das dezassete entidades entrevistadas, apenas catorze possuem *site* oficial. Sendo que, e como referem Buhalis *et al.* (2005, p. 58), a internet tem vindo a tornar-se numa fonte de informação bastante importante para o segmento em estudo, os atores da oferta sem presença na internet estão em desvantagem, face a outros, no que se refere à receção de visitantes com mobilidade reduzida.

Quadro 5.6 – Informação disponibilizada através de *site* oficial

Informação disponibilizada através de <i>site</i> oficial		
<b>Número de entidades com <i>site</i> oficial</b>	14	
	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
<b>Informação detalhada, precisa e correta</b>	12	2
<b>A informação vai ao encontro das necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida</b>	10	4
<b>Complementaridade da informação com fotografias</b>	8	6
<b>Atualização da informação</b>	13	1

Fonte: Elaboração própria

A leitura cuidada do quadro permite verificar outras conclusões bastante pertinentes no que se refere à acessibilidade informativa das entidades. A atualização, o detalhe, a precisão e a exatidão da informação prestada é uma das preocupações a que os gestores têm conseguido dar uma resposta positiva. Contudo, facilmente se percebe que esta não corresponde a um requisito bastante apreciado pelos visitantes: o da complementaridade da informação com fotografias.

Quando abordado o assunto da coerência entre a provisão da informação e a sua adaptação às necessidades especiais dos visitantes, a grande maioria dos entrevistados respondeu positivamente. Isto seria um fator bastante importante e de salientar, caso não ocorresse a situação de aquando uma pesquisa rápida pelos *sites*, por parte da investigadora, não se detetasse inúmeras lacunas referentes a esta temática. A literatura refere que um *site* para ser totalmente acessível deve deter informação adaptada e orientada segundo cada tipo de mobilidade reduzida, pois as diferentes necessidades do segmento em estudo conduzem a resultados de busca distintos aquando do processo de tomada de decisão. Todavia, estes fatores não se verificaram, pelo que a resposta dos entrevistados demonstra, mais uma vez, a falta de conhecimento para com as reais necessidades das pessoas com mobilidade reduzida.

Efetivando uma conclusão generalista aos vários temas abordados, poder-se-á referir que a política adotada, a falta de formação de pessoal, uma ineficaz abordagem por parte dos entrevistados ao segmento de mercado do turismo acessível, e uma provisão da informação não orientada para este mercado, demonstram ser temas que condicionam a total acessibilidade do destino turístico. Contudo, e recorrendo a um estudo já abordado e publicado por Darcy e Pegg (2011), quando informados acerca do conceito de pessoa com mobilidade reduzida, denotou-se um pequeno desejo em proporcionar um serviço de qualidade, e o mais acessível possível, aos visitantes com algum tipo de mobilidade condicionada por parte dos

entrevistados. Deverá ser ainda salientado o fato de existir já na mente destes, embora inconscientemente, a abordagem ao segmento segundo o modelo social, em que a inclusão se sobrepôs à noção de limitação por deficiência.

## 5.2.2 O caso específico dos hotéis

A criação de opções de alojamento acessível em todos os estabelecimentos, e para todas as formas de mobilidade reduzida, é um dos critérios mínimos de acessibilidade na cadeia de serviços turísticos, como referido por Peixoto e Neumann (2009, p. 151). Contudo, é neste setor que se verifica, com maior incidência, grande parte das barreiras ao nível estrutural e interpessoal. Portanto, e com base em estudos consultados, várias questões foram expostas aos gestores hoteleiros, no sentido de se perceber se estes estavam conscientes e compreendiam o que realmente seria uma estabelecimento de alojamento acessível.

A sensibilização da necessidade de prestação de um serviço de alojamento acessível é bastante relevante para um visitante com mobilidade reduzida. É necessário assim incumbir, nos gestores, uma mentalidade assente na acessibilidade e que seja transversal a todos os setores do alojamento. Contudo, deverá atentar-se que esta não deverá estar restringida apenas ao que é descrito na legislação, pois como verificado não existe nenhum conjunto de diplomas legais específicos para a área do turismo acessível. Para tal, é necessário alargar horizontes relativos ao conhecimento desta área, por forma a diminuir o número de barreiras existentes. No entanto, quando questionados acerca deste assunto, as respostas foram perentórias. Como se pode verificar no Quadro 5.7, todos os entrevistados referiram que as medidas aplicadas na remoção de barreiras ao nível do alojamento em geral se resumiram apenas às previstas na legislação.

Quadro 5.7 – Aplicação de medidas legislativas

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<b>Medidas aplicadas na remoção de barreiras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Sim” (E1, E2, E3, E4, E5)</li> <li>• “ pouca quota de mercado recebida” (E1, E3)</li> <li>• “ ainda não foram notórias as necessidades” (E2)</li> <li>• “ (...) estiveram a cargo do arquiteto” (E4, E5)</li> <li>• “ possuímos mesa para <i>check-in</i> acessível” (E2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Procura pouco significativa;</li> <li>(ii) A cargo do arquiteto.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

Para complementar a pergunta foi questionado se, caso não tivessem sido adotadas medidas adicionais para receber o mercado em estudo, que motivos estavam na base desta política. Mais uma vez a resposta foi consensual e todos eles referiram o fato de a procura não justificar

um investimento adicional. Assim, as políticas estratégicas do hotel para aumentar a acessibilidade a este foram restringidas apenas à imposição legislativa, e o investimento que teria que ser feito não demonstrou ser um fator impeditivo para a tomada de medidas adicionais, como referido por vezes na literatura especializada.

Com base na literatura especializada na área do turismo acessível (c.f. Quadro 3.5 - quadro síntese do tipo de barreiras à participação em turismo), a questão que se seguiu visava perceber o nível de acessibilidade nos espaços comuns do estabelecimento de alojamento. Portanto, e segundo um conjunto de premissas, os entrevistados identificaram a existência, ou não, de possíveis barreiras.

Quadro 5.8 – Quadro síntese das barreiras específicas dos hotéis

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Existência de elevadores</b>	5	0
<b>Existência de rampas de acesso</b>	4	1
<b>Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida</b>	5	0
<b>Caminho contínuo do estacionamento até ao hotel</b>	5	0
<b>Entrada acessível</b>	4	1
<b>Balcão de receção rebaixado</b>	1	4
<b>Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso</b>	1	4
<b>Iluminação das zonas comuns</b>	5	0
<b>Espaço de circulação dentro e fora do estabelecimento hoteleiro</b>	5	0
<b>Acessibilidade a, e nos, espaços comuns</b>	5	0
<b>Acessibilidade aos equipamentos de lazer</b>	5	0
<b>Acessibilidade nos serviços de restauração</b>	5	0
<b>Serviço de quartos disponível 24 horas</b>	3	2
<b>Existência de identificação tátil das várias instalações</b>	0	5

Fonte: Elaboração própria

Analisando o Quadro 5.8, e numa observação global às barreiras existentes nos casos em estudo, são de salientar as rampas de acesso, a entrada acessível, o balcão rebaixado, os sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso, o serviço de quartos disponível 24 horas e a existência de identificação tátil das várias instalações, como fatores que impedem o livre usufruto das áreas comuns do hotel. Embora não estejam maioritariamente providos de barreiras nos espaços em estudo, é necessário implementar um conjunto de medidas que visem a remoção destas, para que o alojamento seja considerado totalmente acessível a pessoas com mobilidade reduzida, e os turistas não tenham que continuamente enfrentar situações constrangedoras. Esta análise vai ao encontro do referido por Darcy e Pegg (2011), que sustentam que os gestores hoteleiros reconhecem os problemas relativos à acessibilidade das instalações que gerem, mas apenas alguns detêm uma estratégia para abordar estas questões.

O número de quartos adaptados que cada hotel possui, bem como o seu critério de localização, foram também alvo de estudo. Demonstra ser de extrema importância perceber se

os hotéis estão preparados para receber mais do que um turista com mobilidade reduzida, e compreender se estes não se encontram em zona discriminatória.

Ao atentarmos o Quadro 5.9 percebemos facilmente que existiu por parte dos gestores uma preocupação em localizar os quartos próximo de pontos-chave como o elevador, a receção e no piso inferior. Todavia este cuidado não é transversal ao número de quartos adaptados. Três, dos cinco casos estudados, apenas possuem um quarto adaptado, enquanto os outros dois possuem dois quartos reservados a pessoas com mobilidade reduzida.

Este último fator poderá, no futuro, ser impeditivo para acolher um segmento que demonstra estar em crescimento. Se na realidade atual não se justifica deter um maior número de quartos adaptados, pois, como os gestores entrevistados referem, a procura é diminuta, daqui a uns anos pode verificar-se uma situação inversa. É necessário que estes tenham em mente alternativas viáveis, como por exemplo ajustar um determinado número de quartos *standard*, através de um desenho inclusivo, ao segmento do mercado em estudo. Nesta situação poder-se-á aplicar o caso de boa prática do Hotel Villa Batalha, que possui quartos facilmente adaptados, caso a procura assim o pretenda e o justifique.

Quadro 5.9 – Número e localização dos quartos adaptados

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos empregados
<b>Número de quartos e critério de localização</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dois (E1, E2)</li> <li>• Um (E3, E4, E5)</li> <li>• “ (...) proximidade da receção.” (E1)</li> <li>• “ (...) facilidade de acesso e assistência (...)” (E2, E3)</li> <li>• “ (...) no rés-do-chão, junto ao elevador (...)” (E3)</li> <li>• “ (...) tamanho do quarto (...)” (E4, E5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(vi) Proximidade a pontos-chave;</li> <li>(vii) Facilidade de acesso;</li> <li>(viii) Área do quarto.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

A implementação de uma cultura de acesso na mentalidade dos gestores hoteleiros continua, como verificado, a necessitar de ser adotada. Esta situação transparece, quando interrogados acerca do que entendiam por “quarto acessível”, as respostas obtidas demonstrarem ser diferenciadas e algo generalistas.

Quadro 5.10 – Delimitação de quarto acessível

Temática	Excertos das entrevistas	Principais termos usados
<b>Delimitação de quarto acessível</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “ (...) vai ao encontro do definido por lei.” (E1)</li> <li>• “ (...) os produtos de apoio necessários se encontram assegurados e em perfeitas condições de funcionamento (...)” (E2)</li> <li>• “ (...) aquele que se encontra completamente preparado para receber pessoas com mobilidade reduzida (...)” (E3)</li> <li>• “ (...) espaço de circulação no interior, mobiliário acessível, fio de alarme na casa de banho, barras de apoio, localização do quarto (...)” (E3, E4, E5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Definido por lei;</li> <li>(ii) Preparado para receber visitantes;</li> <li>(iii) Com produtos de apoio necessários e em funcionamento.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

Analisando o Quadro 5.10 verificamos que um dos gestores referiu que um quarto acessível vai ao encontro do definido por lei, e outro respondeu, de forma generalista, que é aquele que se encontra preparado para receber o segmento em estudo, sem acrescentar mais nada. Isto demonstra uma certa falta de conhecimento acerca das necessidades específicas dos visitantes com mobilidade reduzida, nomeadamente ao nível da primeira resposta, uma vez que a lei não contempla todas as premissas específicas para que um quarto seja totalmente acessível. Por outro lado, verifica-se o referido na literatura por diversos autores: devido à falta de conhecimento, e à inexistência de uma atitude inclusiva que impera no seio dos gestores, as barreiras continuam a imperar no serviço de alojamento.

Porém, outros gestores aprofundam mais a questão e referem conceitos como espaço de circulação, mobiliário acessível, localização dos quartos, existência de produtos de apoio necessários e em funcionamento, e casas de banho adaptadas. Embora não contemple todos os aspetos essenciais para um quarto acessível, estas respostas vão ao encontro do estudo de Kastenholz *et al.* (2010) e Darcy (2003), em que os visitantes inquiridos referiram que os fatores mais importantes aquando da escolha de um alojamento turístico seriam o equipamento de apoio à mobilidade, a existência de espaço de circulação no interior do quarto, o conforto e segurança, a existência de casa de banho acessível, e a disposição e organização da mobília.

Face ao agora exposto, as perguntas que se seguiram demonstram, mais uma vez, ser de extrema importância para a análise da acessibilidade nos hotéis em Aveiro. Depois de questionados os gestores acerca do que era um quarto acessível, era necessário perceber se a sua ideologia ia ao encontro do que realmente tinham para oferecer a um turista com mobilidade reduzida. Assim, e mais uma vez recorrendo a um conjunto de premissas devidamente sustentadas na literatura, pediu-se que respondessem sim, ou não, à existência de um determinado número de possíveis barreiras.

De acordo com o Quadro 5.11 percebemos que existe um considerável número de barreiras no interior do quarto reservado para pessoas com mobilidade reduzida. Tudo isto reflete a análise anterior de que a ténue ideia de quarto acessível que os gestores possuem implica a existência de impedimentos no interior do que designam de quarto adaptado.

Numa observação mais específica, nenhum dos quartos possui informação tátil para pessoas invisuais, o mobiliário não é rebaixado, chegando um dos casos a ser igual a todos os outros quartos, o sinal de emergência não está audível nem visível, o acesso ao varão do roupeiro não está adaptado, entre outras.

Quadro 5.11 – Quadro síntese das barreiras específicas dos quartos adaptados

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Acesso facilitado ao interior do quarto através do uso de um cartão</b>	5	0
<b>Mobiliário rebaixado</b>	3	2
<b>A disposição da mobília facilita a circulação dentro do quarto</b>	5	0
<b>Existência de superfície tátil informativa</b>	0	5
<b>Sinal de emergência audível e visível</b>	2	3
<b>Facilidade de acesso aos comandos da TV e telefone</b>	3	2
<b>Acessibilidade aos controlos da cama</b>	0	5
<b>Permissão de cães guia</b>	4	1
<b>Espaço próprio para a estada do cão</b>	0	5
<b>Acesso ao varão do roupeiro, bem como aos respetivos cabides</b>	0	5
<b>Controlo da temperatura do quarto</b>	3	2
<b>Bons níveis de iluminação</b>	5	0
<b>Superfícies anti deslizantes</b>	4	1

Fonte: Elaboração própria

Contudo, quando analisamos a acessibilidade à casa de banho privativa existente no quarto adaptado, na sua grande maioria estas estão desprovidas de barreiras significativas (Quadro 5.12). Embora três dos casos em estudo não possuam, por exemplo, *roll-in shower*, existe cadeira de banho e barras de apoio que colmatam esta lacuna.

Quadro 5.12 – Quadro síntese das barreiras existentes nas casas de banho privativas do quarto adaptado

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Acesso facilitado ao lavatório e à bancada para higiene especial</b>	5	0
<b>Existência de cadeira de banho</b>	5	0
<b>Localização adequada das barras de apoio</b>	5	0
<b>Existência de chão antiderrapante</b>	4	1
<b>Existência de <i>roll-in shower</i></b>	2	3
<b>Suporte de toalhas e papel higiénico posicionados em altura adequada</b>	5	0
<b>Dispositivos de iluminação acessíveis</b>	4	1
<b>Alarme sonoro e luminoso, com terminais de ativação colocados a uma altura conveniente</b>	5	0
<b>Acessibilidade às alavancas das torneiras</b>	3	2

Fonte: Elaboração própria

Assim, e numa conclusão geral no que diz respeito ao serviço de alojamento, os casos estudados demonstram um nível de acessibilidade muito básico, em que predominam barreiras que facilmente, e através de políticas concretas por parte dos gestores, seriam removidas. Carece um estudo mais pormenorizado das necessidades reais dos visitantes com mobilidade, por parte da organização das entidades, para que a ideologia de um hotel plenamente acessível seja real. Com a adoção de diretrizes específicas e devidamente adequadas, era possível uma melhoria da sustentabilidade económica e social das entidades, bem como constituiria um fator de diferenciação face a outros.

Para concluir o estudo específico aos hotéis falta, por fim, abordar o serviço de restauração que estes possuem, nomeadamente a disponibilização, na sua grande maioria, de pequenos-almoços (Quadro 5.13).

Quadro 5.13 – Quadro síntese das barreiras no serviço de restauração dos hotéis

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Existência de cardápio em formato adaptado para invisuais</b>	0	5
<b>Sinal de emergência audível e visível</b>	5	0
<b>Espaço de circulação</b>	5	0
<b>Altura das mesas</b>	5	0
<b>Desenho das mesas que permita a inclusão de uma cadeira de rodas</b>	5	0

Fonte: Elaboração própria

Numa síntese global, este é um serviço com um nível de acessibilidade bastante elevado. Apenas requiere uma política que incorpore a criação de um cardápio em formato adaptado para invisuais.

Face a todos os dados recolhidos e analisados no que diz respeito ao caso específico dos estabelecimentos de alojamento, conclui-se que, ao nível das barreiras existentes neste grupo de agentes da oferta, a sua existência é transversal à grande maioria dos casos estudados. Premissas como diferenças na prestação de serviços para pessoas com deficiências, aspetos técnicos e ambiente construído, comunicação e gestão de recursos humanos, foram identificadas como fatores para um ambiente incapacitante. Os quartos reservados para pessoas com mobilidade reduzida foram o único foco no que diz respeito ao fornecimento de um produto acessível. A ideologia de acessibilidade não se estendeu à totalidade da experiência turística, incluindo ginásios, piscinas (presentes num dos casos), ambientes comuns, e parte da restauração, como referido também pelo estudo de Darcy e Dickson (2011).

Este é, em suma, e como referido ao longo da presente dissertação, um dos setores do turismo que apresenta um imenso número de barreiras, que passam pela política adotada, pela formação do pessoal (desde a chefia até ao colaborador da receção), pela abordagem ao segmento, e pela consciencialização da necessidade de criar um ambiente inclusivo.

### 5.2.3 O caso específico dos postos de turismo

Os postos de turismo, analisados como entidades prestadoras de informação turística, demonstram possuir um papel bastante importante para a disponibilização de um conjunto de informação necessária para uma estada isenta de contratemplos. Segundo Buhalis *et al.* (2005) esta é uma das fontes de informação à qual o segmento em estudo recorre quando necessita de saber algum conteúdo específico.

Segundo Lee *et al.* (2011, p. 2), esta barreira interativa é frequentemente citada aquando da participação em turismo por parte do segmento do turismo acessível. A informação, que se devia caracterizar por ser precisa, correta, atualizada, disponível em vários formatos e línguas é, por vezes, alvo de duras críticas pelos investigadores da área do turismo acessível, assim como pelos demais visitantes com mobilidade reduzida. Com grande impacte ao nível da experiência turística global, o serviço informativo deve ir ao encontro dos visitantes e explicitar os diferentes produtos turísticos existentes no destino que se encontram devidamente adaptados. Neste sentido, foram delimitadas um conjunto de premissas, devidamente sustentadas na literatura, e replicadas aos entrevistados no sentido de esclarecer o nível de acessibilidade da entidade.

Ao analisar o Quadro 5.14 percebemos que, embora a informação que as entidades prestam aos visitantes seja completa, precisa, atualizada, e complementada com imagens, estas não possuem qualquer brochura informativa específica para o turismo acessível. Por outro lado, continua a imperar a inexistência de informação em braille, ou com imagens em relevo para invisuais. Assim, quando um visitante com mobilidade reduzida se desloca ao prestador de informação a fim de obter respostas às suas necessidades ao nível da hotelaria, restauração, animação turística, entre outras, obtém a mesma informação que outros segmentos do sistema turístico.

Quadro 5.14 – Quadro síntese relativo à acessibilidade da informação prestada pelos postos de turismo

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Específica para turismo acessível</b>	0	2
<b>Completa e precisa</b>	2	0
<b>Atualizada</b>	2	0
<b>Boa visibilidade dos conteúdos (tipo e tamanho da letra, espaçamento entre linhas, contraste e profusão das cores)</b>	1	1
<b>Tamanho dos textos nas diversas impressões</b>	1	1
<b>Tamanho das imagens e ilustrações que complementam a informação escrita</b>	2	0
<b>Informação em braille, ou imagens de relevo</b>	0	2

Fonte: Elaboração própria

Porém, outra conclusão pertinente para o estudo deve ser referida. Se atentarmos que ambas as entidades entrevistadas são de cariz público, mais uma vez se coloca em causa o papel deste sector na resposta às necessidades do segmento de mercado do turismo acessível.

Em suma, os resultados obtidos vão ao encontro da literatura analisada. A ideologia de que a informação deverá ser adaptada e orientada segundo cada tipo de mobilidade reduzida e os níveis de acessibilidade (Eichhorn *et al.*, 2008) ainda não está enraizada no destino turístico Aveiro. Assim, as cinco componentes informacionais destacadas no terceiro capítulo e que permitem um serviço informativo mais rico e confiável, não estão explícitas em ambos os casos estudados.

Todavia, também foi alvo de análise a acessibilidade ao interior da entidade. Assim, pretendeu-se analisar a que nível o posto de turismo se encontra acessível no que diz respeito à receção de visitantes com mobilidade reduzida. O Quadro 5.15 mostra que, na globalidade, existe, em ambas as entidades, um conjunto significativo de barreiras que dificultam o pleno acesso aos bens e serviços informativos. Denote-se a inexistência de superfícies táteis informativas, o balcão com uma altura significativa, a entrada inacessível, e a ausência, em um dos casos, de mobiliário rebaixado.

Quadro 5.15 – Quadro síntese das barreiras existentes nos postos de turismo

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Existência de rampas de acesso</b>	2	0
<b>Entrada acessível</b>	1	1
<b>Balcão de receção rebaixado</b>	0	2
<b>Bons níveis de iluminação</b>	2	0
<b>Espaço de circulação dentro da parte física da entidade</b>	2	0
<b>Mobiliário rebaixado</b>	1	1
<b>Existência de superfície tátil informativa</b>	0	2
<b>Sinal de emergência audível e visível</b>	1	1
<b>Permissão de cães guia</b>	2	0

Fonte: Elaboração própria

Em suma, ambas as entidades carecem de uma política integrada de desenvolvimento sustentável no que se refere à prestação de serviços informativos. Sem material disponível que informe corretamente um visitante com mobilidade reduzida, este irá sentir-se perdido, e inseguro, num destino que não é o seu ambiente habitual. De referir ainda, e como analisado nos dados transversais a todos os agentes da oferta, estas entidades não possuem no seu quadro de colaboradores pessoas com formação específica que lhes permita prestar informações a cada tipo de visitantes com mobilidade reduzida.

Assim, e face à qualidade dos recursos informativos disponibilizados aos visitantes com mobilidade reduzida, e segundo o que está descrito na literatura abordada, o nível de lealdade destes será inferior ao desejado, e o passa-a-palavra, tão importante no turismo, será provido de sentimentos negativos.

#### 5.2.4 O caso específico da animação turística

Neste subcapítulo de análise e discussão dos dados, referente ao caso específico da animação turística, serão estudadas as respostas obtidas das entrevistas administradas às empresas que efetuam viagens de moliceiro na Ria de Aveiro, ao teatro, ao museu e à empresa de *walking tours*.

No que concerne às empresas que vendem viagens de moliceiro ao longo da Ria de Aveiro, foi pedido ao entrevistado, enquanto figura representativa da entidade, que delimitasse o que entendia por pacote turístico acessível. As duas respostas obtidas foram distintas. Enquanto um dos entrevistados referiu que “a política da empresa não passa por ter um pacote que se caracterize apenas pela acessibilidade a pessoas com mobilidade reduzida”, uma vez que “temos programas que podem ser usados por todos”, o outro aprofundou a questão segundo

uma perspetiva mais exata e que ia ao encontro do pretendido. Assim, este último referiu que, na sua opinião, um pacote turístico acessível visava fatores como: preocupação em ajudar as pessoas com mobilidade reduzida, rampas de acesso devidamente adaptadas e guias em várias línguas, e em vários formatos.

Esta consciencialização reflete-se diretamente na pergunta que se seguiu, e que tinha como finalidade saber se os serviços prestados estavam equipados para que o turista com mobilidade reduzida pudesse usufruir de todo o produto que adquiriu. O primeiro entrevistado mencionou que não possuíam equipamentos, por exemplo, de multimédia e de segurança, que estivessem à disposição do visitante, fundamentando que a sua aquisição/aluguer não se justificava. O segundo, por outro lado, respondeu que detinham equipamentos que permitiam ao cliente usufruir dos produtos turísticos que vendiam, e que estes era propriedade da empresa.

Em ambos os casos procurou saber-se se os clientes, aquando do usufruto das viagens, detinham a sensação de segurança. As respostas foram positivas, indicando que situações constrangedoras, como o não usufruto dos serviços da empresa, nunca tinham sucedido, e que não era necessário os visitantes efetuarem comentários no sentido de ultrapassar possíveis barreiras.

Se juntarmos toda esta análise à anteriormente efetuada relativamente à formação dos colaboradores a operar nas empresas, será possível reafirmar a inacessibilidade de um serviço que à partida permitiria ao visitante dar resposta a um conjunto de motivações que os levam a viajar – o prazer de viver novas experiências e a vontade de superar desafios (Neumann & Reuber, 2004; Kastenholz *et al.*, 2010).

Numa análise final a estes casos, dever-se destacar o fato de os dois entrevistados não deterem conhecimento da existência de empresas de animação turística especializadas no segmento do mercado do turismo acessível. Esta premissa reflete a falta de sensibilização para com este grupo de visitantes, pois através de uma pesquisa simples na internet facilmente obteriam exemplos de boas práticas nesta área.

Relativamente à empresa de animação cujos serviços visam o acompanhamento durante as visitas, a organização das mesmas, ao longo da cidade de Aveiro, esta possui uma política bastante interessante e positiva, e que vai ao encontro das necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida.

Aquando da solicitação dos seus serviços, a empresa procura sempre saber se existe alguém com necessidades especiais, a fim de serem adotadas medidas adequadas que lhes permitam usufruir de todo o programa. Nesse estudo prévio ao grupo, pretende-se saber que tipo de visitante se vai receber, e quais as suas necessidades. Para tal, são colocadas questões como

a idade, a língua, os gostos, entre outras variáveis que demonstram ser importantes para a prestação de um bom serviço.

Caso exista no seio do grupo alguma necessidade especial, a visita é organizada consoante as características especiais dos visitantes. Por exemplo, quando se trata de idosos com dificuldade de locomoção a empresa subcontrata um serviço de transporte, e no caso de visitantes invisuais a entidade possui um colaborador capaz, que possibilita ao visitante perceber todo o percurso efetuado.

De ressaltar ainda que sempre que um grupo possua mais de vinte pessoas, este é acompanhado por dois guias, o que permite ultrapassar possíveis barreiras encontradas ao longo do percurso.

Questionado acerca do tipo de barreiras encontradas com maior frequência, a resposta obtida teve um único sentido – aquelas que estão diretamente ligadas à arquitetura da cidade e dos edifícios.

Face a esta conceção e para que o visitante não fique insatisfeito com possíveis casos de não usufruto dos produtos turísticos adquiridos, a empresa previne-se adotando uma política que visa executar sempre um estudo prévio de cada grupo, como já referido, bem como encarregar os seus colaboradores da criação dos pacotes vendidos, fazendo-os deslocar ao terreno a fim de perceberem que tipo de barreiras estão presentes, e se o grupo em causa pode, ou não, desfrutar daquilo que visita. Caso um determinado membro do grupo não o possa fazer, esse monumento, ou outro produto, não será incluído no percurso.

Contudo, existem barreiras que a empresa não consegue prever. Aquando desta situação, os guias tentam minimizar a situação e sucede, por vezes, os próprios visitantes fazerem comentários ou apresentarem soluções, como por exemplo “olhem no nosso destino sucedia o mesmo e nós recomendamos que se fizesse isto...”. Este é, sem dúvida, um conhecimento de extrema importância adquirido pela a empresa, e com um enorme contributo para o melhoramento do serviço prestado.

Analisados os casos de animação turística, será abordado agora o caso específico do teatro. Esta entidade caracteriza-se pela adoção gradual, ao longo dos anos, de medidas com vista a aumentar a acessibilidade no seu interior. São de referir a construção de um caminho contínuo até diferentes pontos-chave, através da eliminação de escadas, reserva de lugares nas salas de espetáculo para pessoas com mobilidade reduzida, e reforço de pessoal, quando assim se justifica. Isto reflete-se no que, para o teatro, é uma política de prestação de serviços acessíveis – “aqueles que permitem a todos usufruir, sem barreiras, do que os espetáculos em si têm para oferecer”.

Com o intuito de analisar a acessibilidade física do teatro questionou-se, segundo um conjunto de premissas devidamente sustentadas na literatura, se este possuía barreiras que impediam o

usufruto dos espetáculos. Segundo as respostas obtidas, conclui-se que o nível de acessibilidade desta entidade de animação turística é elevado, pois somente não possuem balcão rebaixado e identificação tátil das várias instalações. Todas as outras possíveis barreiras, nomeadamente uma entrada inacessível, inexistência de rampas de acesso, inexistência de lugares reservados, quer de estacionamento, quer nas salas de espetáculo, fracos níveis de iluminação, ausência de espaço de circulação, inexistência de casas de banho adaptadas e sistema de alarme preparado para pessoas surdas ou invisuais, não se verificaram.

Todo este panorama é conseguido devido à existência de uma entidade fiscalizadora, a Inspeção Geral das Atividades Culturais (IGAC), que aquando da visita à instituição, e quando se verifica ser necessário, emite um conjunto de premissas para que a direção do teatro melhore a acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida.

O último caso a ser estudado refere-se ao museu, que desde logo, e devido às suas características arquitetónicas, possui uma parte completamente acessível a visitantes com mobilidade reduzida, enquanto a outra, a parte monumental, e embora seja objetivo da gestão do museu torná-la acessível, ainda não é um feito realizável.

Assim, e consciente desta premissa que dificulta a completa acessibilidade geral ao museu, foi pedido que segundo um conjunto de características, o entrevistado referisse se a entidade possuía, ou não, as barreiras em causa. Uma análise global à informação recolhida permite aferir que a entidade possui um número reduzido de fatores impeditivos ao seu pleno usufruto, nomeadamente a inexistência de lugares de estacionamento reservados para pessoas com mobilidade reduzida, balcão de receção com uma altura elevada, ausência de exposições adaptadas, segundo diferentes formatos linguísticos e auditivos, e carência de um sistema de alarme preparado para pessoas surdas ou invisuais. Contudo, princípios como existência de entrada acessível, rampas de acesso, de elevador, de bons níveis de iluminação, de sinais visuais de direção e acesso, de espaço de circulação, de casas de banho adaptadas, de acessibilidade aos espaços comuns, e permissão de cão guia, verificaram-se com premência no museu em estudo.

Todavia, era de extrema importância verificar se o museu estava equipado com painéis interpretativos e placas de identificação que obedeciam a critérios específicos, sendo esta uma das barreiras mais frequentemente citadas na literatura. As respostas obtidas permitem concluir que o posicionamento, a linguagem, a visibilidade dos conteúdos, a iluminação, e o tamanho das imagens e ilustrações que complementam a informação escrita vai ao encontro das pessoas com mobilidade reduzida. Permanece contudo a lacuna referente à inexistência de informação em braille, ou imagens em relevo que permitam dar resposta a pessoas invisuais.

Numa conclusão final, e embora o número de entidades de animação turística sejam diminutas, face ao número de empresas existentes no destino Aveiro, deverá salientar-se que estas permitiram perceberem que o seu nível de acessibilidade vai ao encontro do exposto no estudo de Card *et al.*, (2006). Segundo este, as atrações turísticas possuem, na sua generalidade, e na opinião dos visitantes, um nível de acessibilidade baixo, e o seu posicionamento ao nível das atitudes positivas do *staff* para os visitantes encontra-se ainda em quadrantes negativos. Contudo, na opinião dos prestadores de serviços integrantes na investigação em curso, as atitudes dos colaboradores são positivas, e o nível de acessibilidade é o mais elevado.

Por outro lado, sustenta-se o defendido por Carneiro (2010), que refere como principais barreiras, ao nível das atrações turísticas, a informação disponibilizada, a altura e conteúdos dos painéis interpretativos e placas de identificação, a falta de formação dos guias turísticos, a inexistência de meios audiovisuais e a altura dos balcões de atendimento.

### 5.2.5 O caso específico das agências de viagens.

Relativamente às agências de viagens, a literatura especializada na área do turismo acessível faz pouca alusão ao seu nível de acessibilidade. Contudo, e tendo como exemplo de boas práticas dois casos de agências de viagens, esta será uma análise com base nos dois exemplos abordados.

Quando questionado acerca do que seria, segundo a política da agência, um pacote turístico acessível, o entrevistado repercutiu, e de forma generalista, que era aquele que “reunisse as melhores condições para um passageiro de mobilidade reduzida”. Sem conseguir especificar que condições seriam, facilmente se percebe a resposta negativa dada à possibilidade de existência na cadeia de agência a que pertence, um pacote turístico para o destino Aveiro que integre atores do sistema turístico capazes de responder às necessidades específicas do segmento, bem como a resposta à pergunta quais os possíveis agentes da oferta turística que contactariam para fazer parte de um pacote para o segmento em estudo. A informação relativa a esta pergunta apenas se direcionou para companhias aéreas e companhias de cruzeiros, deixando de fora hotéis, empresas de animação turística, entre outras. Segundo os casos de boas práticas, atores a ter em conta aquando a delimitação de um pacote acessível serão aqueles com maior acessibilidade ao nível da restauração, atividades de lazer e recreio, alojamento, e transporte. A cargo da agência fica a plena execução da reserva.

No que concerne à venda de viagens, por parte da agência, para todo o mundo, a resposta mais uma vez foi negativa. Assim, e face à possibilidade de existência de parcerias com outros atores do sistema turístico capazes de receber os visitantes com mobilidade reduzida, o entrevistado proferiu que “as parcerias que temos não visam especificamente este segmento de mercado”.

Em suma, a agência de viagens entrevistada padece de uma política integrada que vise o mercado do segmento do turismo acessível. Mesmo que a procura de mercado seja reduzida, é essencial que, quer este caso específico, quer aqueles que ficaram por entrevistar, abram mentalidades e usem os exemplos de boas práticas abordados, para criar pacotes turísticos com um nível de acessibilidade considerável. A mobilidade, fator essencial no setor turístico, está assim condicionada para os visitantes com mobilidade reduzida.

Por outro lado, e face à sensação de segurança que o segmento em estudo precisa para que se sinta preparado para viajar, cabe às agências, enquanto possíveis figuras de ligação entre o ambiente habitual do visitante e o destino, criar pacotes turísticos que configurem as condições necessárias a cada caso. Se tal não se verificar, aquando da deslocação a este agente da oferta, um determinado visitante irá sentir-se excluído, e incompreendido no que diz respeito ao sentimento de querer viajar. De referir ainda que no estágio quatro do processo de tomada de decisão, mais especificamente no momento da recolha de informação específica, aqueles com mobilidade reduzida recorrem a agências de viagens e operadores turísticos para obter as respostas às suas dúvidas. Ora se estes não estiverem preparados para tal, como se verificou no caso em estudo, o visitante sairá insatisfeito da agência.

### 5.2.6 O caso específico da restauração

À semelhança do que sucede com as agências de viagens, no que diz respeito à restauração a literatura especializada ainda não abordou especificamente este tema. Contudo, é de extrema importância incluir este grupo de agentes da oferta no estudo em causa.

A entrevista administrada aos restaurantes teve como objetivo obter resposta a três grupos temáticos específicos: (i) acessibilidade nas áreas comuns do restaurante, (ii) acessibilidade no serviço de restauração, e (iii) existência e caracterização de casas de banho adaptadas.

Relativamente ao primeiro tema, e de acordo com o Quadro 5.16, facilmente se deduz que o nível geral de acessibilidade é ainda baixo. Barreiras específicas como altura do balcão, inexistência de lugares de estacionamento reservados para pessoas com mobilidade reduzida, ausência de identificação tátil das várias instalações e entrada inacessível estão ainda patentes no espaço físico dos restaurantes entrevistados. Contudo, deve-se salientar, o amplo espaço de circulação verificado, a existência de elevadores e rampas de acesso quando necessário, e os sinais de emergência audível e visível, como fatores positivos na acessibilidade às entidades.

Quadro 5.16 – Quadro síntese relativo às barreiras existentes nas zonas comuns dos restaurantes

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Existência de elevadores</b>	2	1
<b>Existência de rampas de acesso</b>	2	1
<b>Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida</b>	1	2
<b>Caminho contínuo do estacionamento até ao restaurante</b>	1	0
<b>Entrada acessível</b>	2	1
<b>Balcão rebaixado</b>	0	3
<b>Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso</b>	0	3
<b>Iluminação das zonas comuns</b>	3	0
<b>Espaço de circulação dentro e fora do restaurante</b>	3	0
<b>Acessibilidade a, e nos, espaços comuns</b>	3	0
<b>Existência de identificação tátil das várias instalações</b>	0	3
<b>Sinal de emergência audível e visível</b>	3	0
<b>Permissão de cão guia</b>	3	0
<b>Superfície anti deslizante</b>	0	3

Fonte: Elaboração própria

Quando questionados acerca do que consideram um estabelecimento de restauração acessível as respostas foram consensuais, narrando, de uma forma geral, que é aquele que vai ao encontro das necessidades específicas das pessoas com mobilidade reduzida. Face a isto, e com o intuito de aprofundar questões pertinentes ao estudo, através de um conjunto de premissas, pretendeu-se dar resposta ao segundo tema (Quadro 5.17).

Quadro 5.17 – Quadro síntese relativo à existência de barreiras aquando da prestação de serviços

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Existência de cardápio em formato adaptado para invisuais</b>	0	3
<b>Espaço de circulação</b>	3	0
<b>Altura das mesas</b>	3	0
<b>Desenho das mesas que permita a inclusão de uma cadeira de rodas</b>	3	0

Fonte: Elaboração própria

Analisando as respostas obtidas, estes seguem um caminho inverso ao referido na literatura. Segundo a revisão efetuada, os visitantes apontavam a altura das mesas como o fator mais impeditivo para o pleno usufruto deste serviço. Nos casos de estudo esta premissa não se verificou, sendo a altura e o desenho das mesas acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida. Contudo, falta uma política em todos eles que integre a conceção de um cardápio em formato adaptado para invisuais, para que tal barreira fosse colmatada.

Por fim, e no que diz respeito ao terceiro tema, um dos restaurantes não possui casas de banho adaptadas (Quadro 5.18). Os outros dois possuem este tipo de instalação, contudo com barreiras evidentes, nomeadamente ao nível do acesso ao lavatório e à bancada de higiene pessoal, inexistência de chão antiderrapante, localização inadequada das barras de apoio, falta de acessibilidade às alavancas das torneiras, entre outros.

Quadro 5.18 – Quadro síntese relativo à acessibilidade das casas-de-banho existentes no restaurante

	Frequência das respostas	
	Sim	Não
<b>Acesso facilitado ao lavatório e à bancada para higiene especial</b>	0	2
<b>Localização adequada das barras de apoio</b>	1	1
<b>Existência de chão antiderrapante</b>	0	2
<b>Suporte de toalhas e papel higiénico posicionados em altura adequada</b>	1	1
<b>Dispositivos de iluminação acessíveis</b>	2	0
<b>Alarme sonoro e luminoso, com terminais de ativação colocados a uma altura conveniente</b>	1	1
<b>Acessibilidade às alavancas das torneiras</b>	0	2

Fonte: Elaboração própria

Em suma, este é ainda um serviço que carece de uma sofisticação ao nível da acessibilidade. Conferiu-se o revisto em estudos consultados, de que a altura das mesas e a formação dos funcionários são barreiras existentes na restauração. Contudo, os casos apresentados estão providos de mais fatores impeditivos, devidamente apresentados, que dificultam o usufruto completo do serviço de restauração. Sendo o nosso país gastronomicamente rico, é de todo importante adaptar os restaurantes às necessidades do segmento de mercado em estudo.

### 5.2.7 O caso específico dos transportes rodoviários

Os transportes, na sua globalidade, apresentam barreiras que dificultam a mobilidade e acessibilidade para, e nos, destinos. Fator a ter em conta aquando da procura de informação específica no processo de tomada de decisão, estes podem ser inacessíveis a vários níveis, como referido na literatura.

A entidade entrevistada, de cariz rodoviário, possui duas viaturas próprias, de dezoito lugares, para o transporte de pessoas com mobilidade reduzida. Equipadas para deslocar pessoas em cadeira de rodas, possuem uma plataforma elevatória que facilita o acesso ao interior destas. Este é sem dúvida um fator determinante e bastante importante para o destino em estudo, que pode ser solicitado pelos utentes.

Contudo, a restante frota da empresa não se encontra devidamente adaptada. Assim, se um visitante com mobilidade reduzida decidir usar o transporte em causa pode-se deparar com

barreiras como a entrada, o espaço de circulação dentro do transporte, a altura em que se encontra o sinal de stop, a inexistência de um sistema de som que permita perceber em que paragem se encontra, a discrepância entre a altura dos passeios e a entrada do transporte e a falta de indicação de que autocarro irá fazer o percurso e se este é acessível ou não. Em suma, toda a informação recolhida vai ao encontro da literatura, e à entrevista exploratória realizada a Sigorelho (comunicação pessoal, 26 de Agosto de 2011).

Visto como um meio de mobilidade bastante importante no destino Aveiro, volta a ser necessária a delimitação de uma política inclusiva que vá ao encontro das necessidades de mobilidade demonstradas pelo segmento em estudo. Para tal, a entidade poderá analisar o exemplo de boas práticas abordadas na revisão de literatura – o caso específico do programa inovador que o governo de Viena implementou. Este teve por base princípios como passeios rebaixados, entradas dos autocarros também rebaixadas, bilheteiras a um nível de altura devidamente adequado para pessoas com mobilidade reduzida, entre outras.

### 5.3 Teste das hipóteses

Depois da análise e discussão dos dados obtidos torna-se imprescindível testar as hipóteses anteriormente delimitadas. Numa relação direta entre a revisão da literatura e o conteúdo informativo recolhido junto das entidades entrevistadas, este subcapítulo permite verificar se estas são aceites ou não.

A primeira hipótese a testar relaciona o conhecimento acerca do conceito “visitante com mobilidade reduzida” e o “nível de acessibilidade” da entidade.

Como verificado no decorrer da análise dos dados, os entrevistados possuem um saber generalista, pouco estruturado e incompleto no que diz respeito ao segmento de mercado em estudo. Sem conseguirem delimitar corretamente, quando questionados sobre o conceito de visitante com mobilidade reduzida, os gestores não estão capazes de criar planos de ação e políticas diretivas que permitam oferecer um nível de acessibilidade elevado àqueles que, num determinado momento da sua vida, têm eminente a carência de condições de acessibilidade e mobilidade. Assim, a hipótese “H1: A falta de conhecimento acerca do conceito de visitante com mobilidade reduzida está relacionado com o nível de acessibilidade da entidade” foi verificada.

Como referenciado ao longo da revisão de literatura a sociedade em que vivemos continua a possuir barreiras que dificultam a plena participação em turismo por parte das pessoas com mobilidade reduzida. Entre barreiras ambientais, económicas, interativas e intrínsecas, um visitante do segmento de mercado do turismo acessível está fortemente suscetível a ter que

ser imaginativo para as ultrapassar. Diretamente ligados à hipótese anterior, os gestores atuais ainda não estão preparados para minimizar o impacto destas.

Contudo, o grupo das barreiras ambientais é, e segundo a literatura, aquele que mais impera num destino turístico. Assim, tornou-se de todo importante analisar os dados recolhidos no sentido de dar resposta à hipótese “H2: As barreiras ambientais são mais sentidas, face às económicas, interativas e intrínsecas”. Embora imperem no destino turístico Aveiro barreiras de todos os grupos, as ambientais são as que mais prevalecem, nomeadamente no que se refere à restauração, hotelaria, espaços públicos e transportes. Assim, esta hipótese é verificada.

A existência de informação acessível a todos é ainda bastante utópica, a região geográfica em estudo caracteriza-se por um nível de acessibilidade informativo bastante baixo. Impera a inexistência de guias adaptados, bem como de gestores diligentes no que diz respeito à importância da formação e sensibilização dos colaboradores para as necessidades específicas de pessoas com mobilidade reduzida.

A terceira hipótese “H3: A prestação de informação adequada às pessoas com mobilidade reduzida é influenciada pelo nível de formação específica dos diferentes colaboradores a operar nas entidades” é assim verificada. No decorrer da recolha dos dados apenas duas entidades estavam atentas para a importância desta premissa, o que revelou que a informação prestada não ia ao encontro das necessidades específicas dos visitantes com mobilidade reduzida.

Por fim, a quarta hipótese “H4: As entidades hoteleiras possuem um nível de acessibilidade mais baixo face aos outros *stakeholders* da oferta” não se verificou. Numa análise genérica todas as entidades possuem ainda um nível de acessibilidade bastante baixo. Há ainda um longo caminho de sensibilização que terá de ser percorrido, com o intuito de se criarem condições favoráveis aqueles que usufruem do turismo acessível.

## 5.4 Conclusão

No final deste capítulo pretende-se proceder a uma breve referência às conclusões resultantes da informação recolhida, relativas à acessibilidade dos agentes da oferta entrevistados. Embora ao longo do capítulo tenham sido elaborados pequenos excertos de texto no que diz respeito a este tema, reveste-se de extrema importância elaborar uma exposição global que dê a conhecer aquilo que se tratou no decorrer da análise de conteúdo produzida.

Face a um discurso generalista, por vezes, pouco consensual e com uma implícita falta de conhecimento acerca do que se refere quando se aborda o tema turismo acessível, os agentes

da oferta entrevistados deverão estar diligentes para diversos conteúdos, apresentados aqui sob a forma de conclusões:

- Falta de conhecimento específico, por parte dos entrevistados, que lhes permitam delimitar correta e cuidadosamente o segmento de mercado do turismo acessível;
- Incapacidade das entidades em implementar uma política assente nas necessidades específicas dos visitantes com mobilidade reduzida, e com vista à produção de uma economia das experiências assente na igualdade do usufruto de produtos turísticos;
- Reduzida informação acerca da atratividade do segmento em estudo, e relativo crescimento exponencial da vontade/necessidade de viajar por parte deste;
- Face a este último tema, a quota de mercado recebida no destino Aveiro é ainda bastante diminuta face a outros destinos que apostaram em adaptar-se ao segmento de mercado do turismo acessível;
- A formação do pessoal não vai ao encontro ds necessidades específicas dos visitantes com mobilidade reduzida;
- A informação disponibilizada, embora atualizada e precisa, na sua grande maioria, não vai ao encontro dos diferentes requisitos que as pessoas com mobilidade reduzida requerem;
- As unidades hoteleiras ainda possuem uma gestão primária face aos requisitos que o segmento do mercado do turismo acessível exige. A existência de barreiras nas áreas comuns, bem como nos quartos específicos são ainda bastante evidentes.
- Sendo o serviço informativo um dos principais contributos para que o visitante com mobilidade reduzida efetue a tomada de decisão devidamente sustentada, bem como uma estada com recursos que lhe permitam obter os conteúdos relacionados com este, cabe aos postos de turismo contribuir positivamente para o seu sucesso. Contudo, há ainda um longo caminho a percorrer para que estes fiquem capazes de responderem positivamente às necessidades informativas dos visitantes.
- A animação turística apresenta um conjunto de casos onde menos se fazem sentir as barreiras à participação em turismo. Contudo, e como verificado na análise aos dados obtidos, existe ainda pequenos pontos que devem ser revistos no que diz respeito à sua acessibilidade.
- O caso das agências de viagens, bem como dos transportes e restauração, carecem ainda de políticas que tenham por base uma cultura de acessibilidade e mobilidade,
- capazes de responder a todos os visitantes que fazem parte do segmento das pessoas com mobilidade reduzida.

Assim, ficou evidente a falta de adaptabilidade dos agentes da oferta entrevistados ao segmento de mercado em estudo, o que vai ao encontro de grande parte da revisão efetuada, em que a presença de barreiras e a imposição de verdadeiros entraves à participação em turismo por parte das pessoas com mobilidade reduzida está a um nível bastante elevado.

## Capítulo 5 – Apresentação, análise e discussão dos dados recolhidos

Avizinha-se um longo caminho a percorrer caso o destino Aveiro pretenda diferenciar-se, face a outros, pela sua capacidade em dar resposta ao segmento do mercado do turismo acessível.

## Capítulo 6 – Conclusões finais

### 6.1 Introdução

Segundo uma revisão da literatura relativa ao turismo acessível, bem como a outras áreas transversais, como as presentes no segundo capítulo da presente dissertação, e através da aplicabilidade de uma metodologia que permitiu compilar informação relativa a agentes da oferta turística a operar na cidade de Aveiro, a construção de todo o conhecimento exposto ao longo de cinco capítulos permitiu responder ao problema de investigação. Assim, este último capítulo pretende apresentar as conclusões relativas a cada objetivo em específico e apresentar outros conteúdos que demonstrem ter importância para o desfecho científico do estudo em causa.

Contudo, qualquer investigação científica acarreta dificuldades e limitações que não permitem ao investigador responder a todas as inquietações que pretendia verem esclarecidas. Logo, e no seguimento da delimitação das principais contribuições da investigação para o panorama do conhecimento científico ligado ao turismo, serão abordados os entraves encontrados ao longo da compilação de informação pertinente, do ponto de vista da investigadora.

Por fim, e consciente de todos os temas abordados até ao momento, serão conduzidas algumas sugestões para futuras investigações ligadas à área do turismo acessível, em especial no que diz respeito à oferta turística.

### 6.2 Conclusões gerais

As conclusões finais, assentes num trabalho prévio de investigação, permitirão desenvolver apreciações acerca da acessibilidade na distribuição espacial em estudo, e contribuir para o enriquecimento, quer do destino, quer daqueles que por alguma razão o procuram.

Ao analisar a Figura 6.1 depreende-se a existência de um ciclo vicioso no que diz respeito à temática em estudo e aos resultados obtidos. O facto de a delimitação de turismo acessível, por parte dos responsáveis pela oferta turística entrevistados, se caracterizar, e como já foi referido várias vezes ao longo do capítulo anterior, pela generalização de conceitos, falta de conhecimento, e perceção pouco conseguida no que se refere ao conhecimento de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível, a políticas de gestão adotadas por estes não terão em conta a construção de programas de desenvolvimento sustentável,

assente em políticas inclusivas, e em ações de marketing e que vão ao encontro das necessidades específicas dos visitantes com mobilidade reduzida.

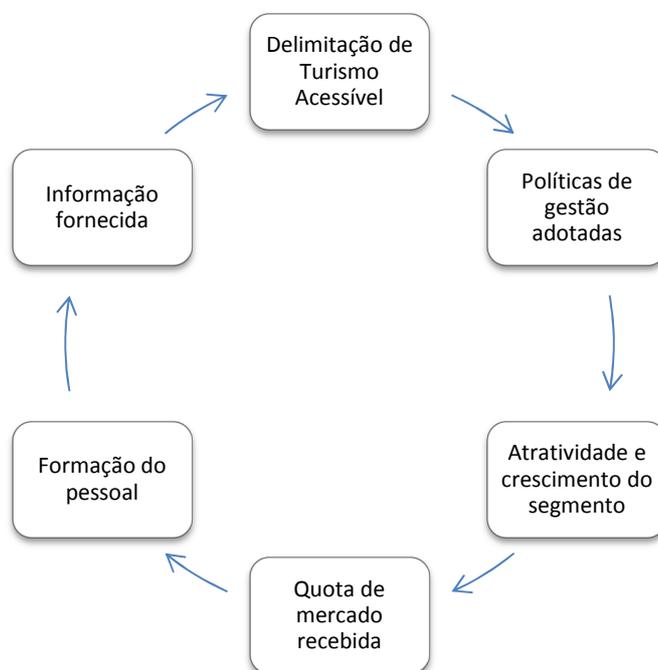


Figura 6.1 – Esquema síntese da informação recolhida.

Fonte: elaboração própria

Assim, se um gestor não reconhece, na política da entidade, a necessidade de integrar o segmento de mercado em estudo, mas, acima de tudo, se não o sabe delimitar, para este, e embora todos os entrevistados tenham referido que consideram os visitantes com mobilidade reduzida um segmento em crescimento, então o grupo de visitantes com mobilidade reduzida não será atrativo. Estas conclusões iniciais estiveram evidentes ao longo da compilação de informação e demonstraram ter um impacto direto nos temas que se seguiram.

Atente-se ainda o fato de que um determinado visitante é considerado atrativo, quer para o destino, quer para os agentes em estudo, se a sua deslocação lhes traz benefícios económicos, sociais e culturais. Logo, se não existe uma preocupação eminente em produzir respostas às suas motivações e necessidades, por parte da oferta, o segmento deixa de querer viajar para o destino, deixando este de ser considerado atrativo. Mais uma vez, demonstra ser necessário a criação de linhas orientadoras em função do mercado em estudo, e que visem acordar os demais responsáveis para os benefícios em que se traduziriam, caso essas fossem devidamente aplicadas.

Facilmente se percebe, segundo as conclusões já apresentadas, que a informação relativa à temática “a entidade já trabalha com o segmento de mercado em estudo, e qual a evolução da procura verificada” foi consensual e demonstrou todo um trabalho inexistente pela grande maioria dos entrevistados. Assim, e embora se acolham visitantes com mobilidade reduzida, a evolução tem sido positiva, mas contudo muito ténue, chegando a ocorrer casos em que a linha da procura tem seguido para valores mais baixos.

A formação do pessoal, fator bastante valorizado por aqueles que necessitam de cuidados personalizados e mais atentos, demonstrou ser uma barreira evidente à participação em turismo por parte do segmento em estudo. À exceção de uma entidade que tem no seu quadro de colaboradores uma pessoa capaz de dar resposta a visitantes com incapacidade visual, todas as outras não possuem qualquer funcionário com formação específica na área do turismo acessível. Por outro lado, quando questionadas acerca da possibilidade de administrar ações de formação que colmatassem esta lacuna, mais uma vez se verificou uma mentalidade fechada por parte dos entrevistados para esta necessidade.

Por fim, mas não menos importante, é a disponibilização de informação correta, precisa e atualizada, que se mostra ser bastante importante para um visitante com mobilidade reduzida aquando da preparação de toda a viagem, e mesmo quando já se encontra no destino. Face a este tema, facilmente se conclui, através dos dados recolhidos, que o conjunto de informação disponibilizada, por parte dos agentes entrevistados, não satisfaz totalmente as necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida, por vezes não está atualizada, e não possui imagens relevantes que complementem a informação escrita.

Em suma, todas as entidades entrevistadas estão englobadas, em algum momento, neste ciclo vicioso de inacessibilidade do destino como um todo. Contudo, deverão ser tidas ainda em conta algumas conclusões finais relativas a cada caso específico. Assim, atente-se os seguintes pontos:

- Ao nível da hotelaria, esta ainda se encontra provida de muitas barreiras físicas que dificultam o usufruto integral dos produtos turísticos vendidos. As políticas adotadas apenas visam o estipulado pela legislação, e o cuidado em aplicar medidas adicionais ainda não se encontra enraizado na mentalidade dos seus gestores;
- Os postos de turismo não possuem, na sua política de prestação de informação, conteúdos que deem resposta àquilo que os visitantes com mobilidade precisam de saber para usufruírem de umas férias seguras. Embora, na sua grande maioria, o espaço físico seja acessível, a informação prestada, bem como a presença de pessoal com formação, é ainda uma lacuna presente.
- No que diz respeito à animação turística, esta encontra-se, em alguns dos casos, com um nível de acessibilidade considerável. Contudo, existem entidades que, face ao desconhecimento acerca das necessidades específicas implícitas ao turismo acessível,

não conseguem ainda dar uma resposta eficaz e concreta, àqueles que os procuram. Esta caracteriza-se também por não possuir pacotes de animação turística completamente adaptados para o segmento em estudo. Contudo, dever-se-á referir que é neste grupo que se encontra o melhor exemplo prático de acessibilidade a operar, entre os entrevistados, na cidade de Aveiro.

- No caso específico das agências de viagens, a conclusão deverá ser cuidada pois apenas se obteve resposta de um único caso. Todavia, é de referir que a entidade, pelas respostas que depôs aquando a realização da entrevista, mostrou um nível de acessibilidade bastante baixo.
- Relativamente à restauração, as barreiras relativas ao espaço físico são diminutas, verificando-se maior incidência no cardápio, nas casas de banho, na formação do pessoal e na informação prestada.
- Por fim, no caso dos transportes, e à semelhança do que sucede com as agências de viagens, deve-se ter alguma cautela em relação às conclusões. Na sua generalidade, a frota da empresa não está acessível a visitantes com mobilidade reduzida, contudo, e caso seja solicitado, a empresa tem à disposição dos utentes duas carrinhas totalmente adaptadas.

Importa, no final destas conclusões, referir também que os objetivos específicos propostos pela investigadora foram alcançados. Esta conseguiu dar a conhecer a importância crescente do segmento do mercado do turismo acessível para a indústria turística; demonstrou que a oferta turística da cidade de Aveiro ainda não está totalmente consciencializada, e adaptada, para receber as pessoas com necessidades especiais; identificou as barreiras existentes no destino; verificou que as políticas adotadas não tinham em conta este tipo de visitantes; e que a informação disponibilizada, bem como a formação dos diversos colaboradores, não vai na sua globalidade ao encontro das necessidades do mercado-alvo.

### 6.3 Contribuições do estudo

A delimitação correta e eficaz dos objetivos descritos permitiram desenvolver, e compreender, a base de toda a investigação. Contudo, é de extrema importância que os contributos sejam referenciados, de forma a elucidar a relevância desta para o estado da arte na área do turismo acessível. Assim, os principais contributos da presente dissertação, no que diz respeito à revisão da literatura, são:

- A explanação e clarificação de conceitos chave que demonstraram ser a base para o entendimento do turismo acessível;
- Identificação das principais motivações que levam um visitante com incapacidade a deslocar-se para fora do seu ambiente habitual;

- Delimitação da importância da isenção de barreiras aquando a construção de um destino acessível;
- Identificação das principais barreiras que os visitantes com mobilidade reduzida enfrentam desde o início do processo de tomada de decisão até ao regresso a casa depois de uma viagem.

Relativamente à parte prática da presente tese, os principais contributos foram:

- Desenvolvimento de uma metodologia que permita a recolha de dados importantes para a verificação da existência de um destino acessível;
- Análise da acessibilidade, segundo um conjunto completo de diferentes premissas, da oferta turística da cidade de Aveiro;
- Identificação dos principais pontos-chave onde a oferta tem de melhorar, bem como aqueles que merecem ser enaltecidos.

Assim, transpondo para a prática todos estes contributos fornecidos, este trabalho de investigação científica mostra-se importante e pertinente ao nível da gestão do destino, pois delimita as possíveis barreiras existentes ao nível das entidades, transmitindo-lhes linhas orientadoras que podem adotar para se tornarem mais acessíveis.

Face a estas considerações, tornou-se de todo importante a realização deste trabalho, por forma a dar resposta a um problema de investigação devidamente identificado, e cuja expansão começa a ser visível. Espera-se, assim, contribuir de forma positiva para a construção de conhecimento específico no que diz respeito ao turismo acessível.

## 6.4 Principais dificuldades e limitações

Neste ponto pretende-se dar a conhecer as dificuldades e limitações que a investigadora sentiu aquando da compilação da presente dissertação. Embora na opinião desta, esta seja um trabalho bastante completo, existe a consciência de que houve pontos importantes que poderiam ter sido mais aprofundados, e que serão abordados de seguida.

O primeiro, ligado à revisão de literatura, refere-se à existência de poucos estudos que visem a investigação do turismo acessível em agências de viagens e restauração. Esta primeira lacuna, não permitiu abordar com mais profundidade os temas em causa, dificultando posteriormente a análise dos resultados às entrevistas administradas a estes dois grupos de agentes da oferta.

A dificuldade que se seguiu, refere-se à inexistência, em Portugal, de estatísticas oficiais ligadas ao segmento de mercado em estudo. Caso a sua existência estivesse ao alcance da investigadora, os dados apresentados ao longo da revisão da literatura poderiam estar mais completos e sustentados.

O número de respostas obtidas a partir dos agentes da oferta a serem entrevistados foi, como referido anteriormente, um entrave à completa análise da acessibilidade do destino turístico Aveiro. Sendo que cerca de metade das solicitações não obtiveram resposta positiva, ficou a faltar também o contributo importante que associações a operar no destino trariam para a compilação de informação.

Contudo, este número de limitações, contrapostas aos contributos que a investigação demonstra ter para a geração de conhecimento científico, é na opinião da investigadora um entrave com baixa implicação para o sucesso do estudo em causa.

## 6.5 Pistas de investigação para trabalhos futuros

O finalizar da investigação padece de sugestões, ou linhas orientadoras de investigação, que poderiam ser adotadas em estudos futuros. Ciente da contribuição que a atual pesquisa tem para o estado da arte, a sua complementaridade com outros estudos iria enaltecer ainda mais o conhecimento científico na área do turismo acessível.

Assim as propostas de investigação para estudos futuros são:

- Aumentar o âmbito de análise desta dissertação, a nível temporal e espacial, para se obtivessem dados mais fidedignos relativamente à perceção total da acessibilidade na oferta turística ao destino de Aveiro;
- Realizar um estudo ao segmento de mercado do turismo acessível que complementasse os já existentes ao nível da oferta;
- Delimitar, através de uma análise científica, a importância do papel do Estado no desenvolvimento de estratégias, políticas e planos de desenvolvimento para o turismo acessível;
- Realizar estudos semelhantes em destinos turísticos diferentes para perceber o nível de acessibilidade em diferentes pontos de interesse turístico no território nacional;
- Efetuar um estudo mais pormenorizado a agências de viagens, restaurantes e meios de transporte para perceber que conjunto de barreiras mais persistem neste grupo de entidades;
- Elaboração de uma análise setorial, a fim de perceber detalhadamente os contributos que cada grupo de entidades tem para oferecer ao segmento de mercado do turismo acessível.

## Referências Bibliográficas

- Amiralian, M., Pinto, E., Ghirardi, M., Lichtig, I., Masini, E., & Pasqualin, L. (2000). Conceituando deficiência. *Revista de Saúde Pública*, 34(1), 97-103.
- APEC. (2003). Best practices in tourism accessibility for travelers with restricted physical ability. Singapore: Asia - Pacific Economic Cooperation
- Arola, E., Cooper, C., & R, Cooper. (2011). Encounters of disabled customers on the tourism stage. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues*. UK: Channel View Publications.
- Associação para a Valorização de Pessoas com Deficiência. (2009). Turismo Acessível: Bem atender no Turismo Acessível (Vol. III). Brasília: Ministério do Turismo.
- Baraňano, A. M. (2008). *Métodos e técnicas de investigação em gestão: Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (4ª ed.). Lisboa: Edições 70.
- Berg, B. (2001). *Qualitative research methods for the social sciences* (4ª ed.). USA: Pearson Education.
- Bi, Y., Card, J., & Cole, S. (2007). Accessibility and Attitudinal Barriers Encountered by Chinese Travellers with Physical Disabilities. *International Journal of Tourism Research*, 9, 205–216.
- Bickenbach, J., Chatterji, S., Badley, E., & Üstün, T. (1999). Models of disablement, universalism and the international classification of impairments, disabilities and handicaps. *Social Science & Medicine*, 48, 1173-1187.
- Blumberg, K. (2005). Tourism destination marketing – A tool for destination management? A case study from Nelson/Tasman Region, New Zealand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 10(1), 45-57.
- Breda, Z. (2010). *Redes relacionais e a internacionalização da economia do turismo*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.

## Referências Bibliográficas

- Buhalis, D., & Darcy, S. (2011). *Accessible tourism: Concepts and issues*. USA: Channel View Publications.
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G. (2005). *Accessibility market and stakeholder analysis: One-stop-shop for accessible tourism in Europe (OSSATE)*. Surrey, England: University of Surrey.
- Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2010). Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 145-168.
- Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 145-168.
- Burnett, J., & Baker, H. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40(4), 4-11.
- Caldeira, A. (2006). *Atrações e gestão de visitantes: Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Câmara Municipal da Lousã. (s.d.). Lousã, destino de turismo acessível: Relatório final. Acedido em 3 de Outubro de 2012, em [http://www.cm-lousa.pt/\\_uploads/1.pdf](http://www.cm-lousa.pt/_uploads/1.pdf).
- Cameron, B., & Darcy, S. (2012). Wheelchair travel guides. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 265-284). UK: Channel View Publications.
- Card, J., Cole, S., & Humphrey, A. (2006). A Comparison of the Accessibility and Attitudinal Barriers Model: Travel Providers and Travelers with Physical Disabilities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(2), 161-175.
- Carmo, H., & Ferreira, M. (1998). *Metodologia da investigação: Guia para auto aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carneiro, M. J. (2010). Acesso ao turismo: um direito e um desafio. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 19-21). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2010). Turismo de saúde para o mercado sénior: quais os benefícios da participação em programas de Turismo Social? In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 153-170). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Carson, G. (2009). The Social Model of Disability: Scottish Accessible Information Forum (SAIF)

## Referências Bibliográficas

- Carvalho, T., Santiago, R., Breda, Z., & Schouten, M. J. (2012). *Sociologia: Manual do Aluno – 10.º ano de escolaridade*. Dili: Ministério da Educação de Timor-Leste.
- Casas, C. (2004). *Lazer sem barreiras: Guia de turismo adaptado para pessoas com deficiência*. Salamanca: Projeto CAMI.
- Christofle, S., & Massiera, B. (2009). Tourist Facilities for disabled people on the French Riviera: a strategic model of the controversial plans to develop the seafront areas. *Journal Coast Conservation*, 13, 97-107.
- Comissão Europeia. (2006). *The build for all: Reference manual*: Comissão Europeia.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao turismo* (2ª ed.). Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, L. (2006). *Economia e política do turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Curtis, C., & Scheurer, J. (2010). Planning for sustainable accessibility: Developing tools to aid discussion and decision-making. *Progress in Planning*, 74, 53-106.
- Daniels, M., Rodgers, E., & Wiggins, B. (2005). “Travel Tales”: an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, 26, 919–930.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to access: Tourism patterns and experiences of New South Wales people with a physical disability*. Sidney, Australia: Tourism New South Wales.
- Darcy, S. (2003). *The social relations of tourism for people with impairments in Australia: An analysis of government tourism authorities and accommodation sector practice and discourses*. Tese de Doutoramento, University of Technology, Sydney.
- Darcy, S. (2006). *Setting a research agenda for accessible tourism*. Gold Coast: CRC Sustainable for Tourism.
- Darcy, S. (2007). *Improving airline practices by understanding the experiences of people with disabilities*. Paper presented at the TTRA Annual Conference Proceedings.
- Darcy, S. (2010a). Accessible Tourism: A question of trust, strategic knowledge management and a commitment to sustainability. *Social Research in Transport*.
- Darcy, S. (2010b). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31, 816–826.

## Referências Bibliográficas

- Darcy, S., Ambrose, I., Schweinsberg, S., & Buhalis, D. (2011). Conclusion: Universal approaches to accessible tourism. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 300-316). Uk: Channel View Publications.
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Conceptualising disability. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* (pp. 21-45). UK: Channel View Publications.
- Darcy, S., Cameron, B., Dwyer, L., Taylor, T., & Wong, E. (2008). Visitor accessibility in urban centres. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.
- Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537.
- Darcy, S., Cameron, B., Pegg, S., & Packer, T. (2008). Developing a business case for accessible tourism. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.
- Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32–44.
- Darcy, S., & Pegg, S. (2011). Towards Strategic Intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 468–476.
- Darcy, S., & Ravinder, R. (2012). Air travel for people with disabilities. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 207-221). UK: Channel View Publications.
- Daruwalla, P., & Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549–570.
- Decisão da Comissão Europeia 2010/48/EC. (2009). Council decision of 26 November 2009 concerning the conclusion, by the European Community, of the United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities. *Official Journal of the European Union*.
- Decreto-Lei nº 163/2006, de 8 de agosto. Diário da República, 1.a série—N.o 152—8 de Agosto de 2006.Lisboa.
- Design for All Institute of India. (2012). Design for All: Accessible Tourism in Portugal (Vol. 7(8)).
- Devile, E. (2006). A acessibilidade da oferta turística para pessoas portadoras de deficiências: O caso do município da Lousã como exemplo de boas práticas. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 6, 139-148.

## Referências Bibliográficas

- Devile, E. (2009). O desenvolvimento do turismo acessível: Dos argumentos sociais aos argumentos de mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 39-46.
- Devile, E., Garcia, A., & Carvalho, F. (2010). *Turismo acessível: O caso do turismo para pessoas com mobilidade reduzida em Portugal* Coimbra.
- Devile, E., Kastenholz, E., & Santiago, R. (2010). Análises e Estratégias do Turismo Acessível: Inibidores à participação das pessoas com deficiência nas actividades turísticas. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 35-49). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Dickson, T., & Darcy, S. (2012). Australia: The alpine accessible tourism project and disabled winter sport. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 339-364). UK: Channel View Publications.
- Diniz, D., Medeiros, M., & Squinca, F. (2007). Reflexões sobre a versão em português da classificação internacional de funcionalidade, incapacidade e saúde. *Caderno de Saúde Pública*, 23(10), 2507-2510.
- Duarte, C. (2009). Pousadas da juventude: acessibilidade incondicionada. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 95-98.
- Duarte, C. (2010). *A imagem de Cabo Verde como destino turístico no mercado do destino português*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Dwyer, L., & Darcy, S. (2011). Economic contribution of tourists with disabilities: An Australian approach and methodology. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 215-237). UK: Channel View Publications.
- Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2011). Accessibility: A key objective for the tourism industry. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 46-61). UK: Channel View Publications.
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2008). Enabling access to tourism Through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35(1), 189-210.
- ENAT. (2007). Services and facilities for accessible tourism in Europe: European Network for Accessible Tourism.
- Femia, E., Zarit, S., & Johansson, B. (2001). The Disablement Process in Very Late Life: A Study of the Oldest-Old in Sweden. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*, 56B(1), 12-23.

## Referências Bibliográficas

- Figueiredo, E., Eusébio, C., & Kastenholz, E. (2012). How diverse are tourists with disabilities? A pilot study on accessible leisure tourism experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 14(6), 391–402.
- Filipe, C. S. (2009). *Andanças do turismo criativo*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Foggin, b. (2011). Tourism in the leisure lives of people with disability. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* (pp. 98-122). UK: Channel View Publications.
- Fontes, A., & Monteiro, I. (2009). O projecto "Louçã, Destino de Turismo Acessível": Um estudo de caso da aplicação de uma abordagem sistémica ao Turismo Acessível. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 61-72.
- Fox, M., & Kim, K. (2004). Understanding emerging disabilities. *Disability & Society*, 19 (4), 323-337.
- Gabinete da secretaria de Estado adjunta e da reabilitação, & Secretariado nacional para a reabilitação e integração das pessoas com deficiência. (2006). 1º Plano de acção para a integração das pessoas com deficiências ou incapacidade. Lisboa: Ministério do Trabalho e da Segurança Social,.
- Ghijssels, P. (2012). Accessible tourism in Flanders: Policy support and incentives. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 36-45). UK: Channel View Publications.
- Griffin, K., & Stacey, J. (2011). Towards a 'tourism for all' policy for Ireland: Achieving real sustainability in Irish tourism. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 431–444.
- Guerra, I. C. (2010). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: Sentidos e formas de uso*. Parede: Príncipia.
- Guerra, L. (2003). *Tourism for all: Organising trips for physically disabled customers*. MA European Tourism Management, Bournemouth University, Dorset.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Holl, A. (2007). Twenty years of accessibility improvements. The case of the Spanish motorway building programme. *Journal of Transport Geography*, 15, 286–297.
- INE. (2009). Anuário estatístico da região centro. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

## Referências Bibliográficas

- INR. (2009). Publicação de Maio 2009. Acedido em 3 de Outubro de 2012, em <http://www.inr.pt/content/1/707/publicacao-de-maio>
- Jette, A., & Keysor, J. (2003). Disability Models: Implications for Arthritis Exercise and Physical Activity Interventions. *Arthritis Care & Research*, 49(1), 114-120.
- Jing, S., & Xiwen, Y. (2008). Accessibility of a Destination-Based Transportation System: A Large Airport Study. *Tsinghua Science and Technology*, 13 (2), 211-219.
- Johnston, M., & Pollard, B. (2001). Consequences of disease: testing the WHO International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps (ICIDH) model. *Social Science & Medicine*, 53, 1261–1273.
- Kastenholz, E., Carvalho, F., Pinho, C., & Azevedo, J. (2009). O projeto MIT - uma iniciativa de colaboração transfronteiriça com preocupações de acessibilidade. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 11, 125-137.
- Kastenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., & Lima, J. (2012). Accessibility as competitive advantage of a tourism destination: The case of Lousã. In K. F. Hyde, C. Ryan & A. G. Woodside (Eds.), *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research* (Vol. 6, pp. 369-385): Emerald Group Publishing Limited.
- Kastenholz, E., Eusébio, C., Moura, A., & Figueiredo, E. (2010). Acesso ao recreio, lazer e turismo para pessoas com incapacidade - do sonho à realidade. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelhoos & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 171-191). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Kaufmann, V., & Widmer, E. (2006). Motility and family dynamics: Current issues and research agendas. *Zeitschrift für Familienforschung*, 18, 111 - 129.
- Kellerman, A. (2010). Mobility or mobilities: Terrestrial, virtual and aerial categories or entities? *Journal of Transport Geography*, 1-9.
- Kopec, J. (1995). Concepts of disability: The activity space model. *Social Science & Medicine*, 40(5), 649-656.
- Krpata, R. (2012a). Accessible public transport: Vienna city tourism. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism* (pp. 222-240). UK: Channel View Publications.
- Krpata, R. (2012b). Accessible public transport: Vienna city tourism. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 222-240). Uk: Channel View Publications.

## Referências Bibliográficas

- Lawrence, R., & Jette, A. (1996). Disentangling the Disablement Process. *Journal of Gerontology: Social Sciences, 51B (4)*, 173-182.
- Lee, B., Agarwal, S., & Kim, H. (2011). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management, 1-11*.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI: Teoria e prática do marketing* (10 ed.). Lisboa: Dom Quixote.
- Lovelock, B. (2010). Planes, trains and wheelchairs in the bush: Attitudes of people with mobility-disabilities to enhanced motorised access in remote natural settings. *Tourism Management, 31*, 357–366.
- Macário, R. (2010). Competing for level of service in the provision of mobility services: Concepts, processes and measures. *Research in Transportation Economics, 19*, 261-274.
- Mace, R., Hardie, G., & Place, J. (1991). *Accessible environments: Toward universal design*. USA: North Carolina State University.
- Manente, M., & Minghetti, V. (2006). *Destination management organizations and actors. In Tourism business frontiers: consumers, products and industry* (D. Buhalis, C. Costa ed.): Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Martins, I. M. (2010). *Gestão estratégia da sazonalidade em turismo: O caso de Aveiro*. Tese de mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Mathew, V. (2009). Sustainable Tourism: A Case of Destination Competitiveness in South Asia. *South Asian Journal of Tourism and Heritage, 2(1)*, 83-89.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities. *Tourism Management, 24*, 465–474.
- Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2011). Stakeholder analysis of accessible tourism. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 260-273). UK: Channel View Publications.
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4 ed.). London: Elsevier Butterworth-Heinemann.

## Referências Bibliográficas

- Ministério Luxemburguês da Família Solidariedade Social e Juventude. (2005). Conceito Europeu de Acessibilidade – CEA 2003. Lisboa: Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência.
- Moniz, I. (2009). Um turismo de qualidade é um turismo para todos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 13-14.
- Mont, D. (2007). Measuring health and disability (Vol. 369): The World Bank.
- Montes, R., & Aragall, F. (2009). Turismo acessível ou Turismo para todos? Sustentabilidade do negócio. *Revista Turismo & Desenvolvimento* 11, 141-145.
- Moscardo, G. (2011). The role of knowledge in good governance for tourism. In R. Laws, H. Richins, J. Agrusa & N. Scott (Eds.), *Tourist destination governance: Practice, theory and issues*. UK: CABI.
- Moura, A., & Kastenholtz, E. (2010). O potencial do turismo acessível como estratégia de desenvolvimento das áreas rurais. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e Experiências* (pp. 227-243). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Muller, L. (2012). Accessible tourism in Sweden: Experiences, stakeholders, marketing. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 157-167). UK: Channel View Publications.
- Neumann, P. (2012). Accessible tourism for all in Germany. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 46-54). UK: Channel View Publications.
- Neumann, P., & Reuber, P. (2004). Economic impulses of accessible tourism for all. Berlin: Ministry of Economics and Technology.
- Neutens, T., Schwanen, T., Witlox, F., & Maeyer, P. D. (2008). My space or your space? Towards a measure of joint accessibility. *Computers, Environment and Urban Systems*, 32, 331–342.
- Neves, F. N. (2009). *Turismo sustentável e ecoturismo em zonas costeiras. Estudo: Barra e São Jacinto*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- OCDE. (2001). Ageing and Transport: Mobility Needs and Safety Issues: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

## Referências Bibliográficas

- OCDE. (2010). *A Family Affair: Intergenerational Social Mobility across OECD Countries: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.*
- Odoki, J., Kerali, H., & Santorini, F. (2001). An integrated model for quantifying accessibility: Benefits in developing countries. *Transportation Research, 35 (Part A)*, 601-623.
- OMS. (2001). *International classification of functioning, disability and health: ICF.* Geneva: Organização Mundial de Saúde.
- OMS. (2011). *World report on disability.* Malta: Organização Mundial de Saúde.
- Ozturk, Y., Yayli, A., & Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management, 29*, 382–389.
- Packer, T., Mckercher, B., & Yau, M. (2007). Understanding the complex interplay between tourism, disability and environmental contexts. *Disability & Rehabilitation, 29(4)*, 281-292.
- Packer, T., Small, J., & Darcy, S. (2008). *Tourist experiences of individuals with vision impairment.* Gold Coast: CRC Sustainable Tourism.
- Page, S. (2011). *Tourism Management: An introduction (4ª ed.).* Spain: Butterworth-Heinemann.
- Paiva, M., Tavares, O., & Borges, J. (2012). *Contextos 11.* Porto: Porto Editora.
- Papamichail, K. (2012). Accessible hotels: Design essentials. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 241-262). UK: Channel View Publications.
- Parlamento Europeu: Fichas técnicas – 4.8.8. Os deficientes, os idosos e os excluídos. Acedido em [http://www.europarl.europa.eu/factsheets/4\\_8\\_8\\_pt.htm](http://www.europarl.europa.eu/factsheets/4_8_8_pt.htm), a 16 de Agosto de 2011.
- Patterson, I., & Pegg, S. (2011). Ageing travellers: Seeking and experience - Not just a destination. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* (pp. 174-190). UK: Channel View Publications.
- Peixoto, N., & Neumann, P. (2009). Factores de sucesso e propostas de acções para implementar o “Turismo para todos”: Relevância económico-social. . *Revista Turismo & Desenvolvimento, 11*, 147-154.
- Perez, A. S. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo (1ª ed.).* Madrid: Organización Mundial de Turismo.

## Referências Bibliográficas

- Pérez, D., & Velasco, D. (2003). Turismo Accesible: Hacia un turismo para todos: Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).
- Poria, Y., Reichel, A., & Brandt, Y. (2011). Blind people's tourism experiences: An exploratory study. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 149-159). UK: Channel View Publications.
- Porto Editora. (Ed.) (2002) Dcionário da língua portuguesa: dicionários académicos. Porto: Porto Editora.
- Prates, J., & Garcia, A. (2009). Turismo Acessível em Portugal - O caso do turismo para pessoas com mobilidade reduzida. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 171-179.
- Pruski, A. (2010). A unified approach to accessibility for a person in a wheelchair. *Robotics and Autonomous Systems*, 58, 1177–1184.
- Puhretmair, F., & Nussbaum, G. (2011). Web design, assistive technologies and accessible tourism. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 274-286). UK: Channel View Publications.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais* (5ª ed.). Lisboa: Grávida.
- Resolução da Assembleia da República nº 131/2012. Diário da República, 1.ª série — N.º 203 — 19 de outubro de 2012. Lisboa.
- Resolução do Concelho de 27 de Junho de 1974 que estabelece o primeiro programa de acção comunitária para a reabilitação profissional de deficientes. Acedido em <http://eur-lex.europa.eu/>, a 16 de Agosto de 2011
- Rhodda, S. (2012). Accessible tourism in New Zealand. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 114-123). UK: Channel View Publications.
- Richards, V., Pritchard, A., & Morgan, N. (2010). (Re)Envisioning Tourism and Visual Impairment. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1097–1116.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination - a sustainable tourism perspective*. UK: CABI Publishing.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140.

## Referências Bibliográficas

- Salvado, J. O. (2009). *Agências de viagens do futuro: um arquétipo para Portugal*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Sansiviero, S., & Dias, C. (s.d.). Hotelaria e acessibilidade. Retrieved from
- Santo, P. (2009). Iniciativa Natureza para Todos: O acesso universal às áreas protegidas portuguesas. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 81-94.
- Santos, J. H. (2010). *A investigação sobre turismo em Portugal*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Santos, P. (2006). Mobilidades e percepções na “região urbana” de Coimbra. *Cadernos de GeograFia*, 24/25.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods of business students* (5<sup>a</sup> ed.). Italy: Pearson Education.
- Shakespeare, T., & Watson, N. (2002). The social model of disability: an outdated ideology? . *Research in Social Science and Disability*, 2, 9-28.
- Shaw, G., & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey. *Tourism Management*, 25, 397-403.
- Shaw, G., & Veitch, C. (2011). Demographic drivers of change in tourism and the challenge of inclusive products. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 161-173). UK: Channel View Publications.
- Silva, A., Costa, M., & Macedo, M. (2009). Multiple views of sustainable urban mobility: The case of Brazil. *Transport Policy*, 15, 350–360.
- Silva, C. (2009). Acessibilidade e Turismo, o direito à participação. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 13-14.
- Silva, J. (2010). Estudo de Caso - Boas práticas no turismo acessível: O caso da Accessible Portugal. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 257-273). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Silva, M. J. (2009). *A distribuição turística e as redes nas agências de viagens em Portugal*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Small, J., & Darcy, S. (2011). Understanding tourist experience through embodiment: The contribution of critical tourism and disability studies. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 73-97). UK: Channel View Publications.

## Referências Bibliográficas

- Small, J., Darcy, S., & Packer, T. (2011). The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze. *Tourism Management, 33*, 941-950.
- Story, M., Mueller, J., & Mace, R. (1998). *The Universal Design*. NC State University: The Center for Universal Design
- Takeda, K., & Card, J. (2002). U.S. Tour Operators and Travel Agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 12*(1), 47-61.
- Teles, P. (2005). *Os territórios (sociais) da mobilidade: um desafio para a área metropolitana do Porto*. Aveiro: Lugar do Plano.
- Teles, P. (2006). *Desenho urbano e mobilidade para todos*. Aveiro: Associação Portuguesa de Planeadores do Território.
- Teles, P. (2009). *Cidades de desejo entre desenhos e cidades: boas práticas de desenho urbano e design inclusivo*. Porto: Instituto de Cidades e Vilas com Mobilidade.
- Tóth, G., & Dávid, L. (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. *Applied Geography, 30*, 666–677.
- Tourism Review. (2008). Tourism accessible for all in Europe. *Tourism review, online magazine*.
- Turismo de Portugal. (2012). Guia de boas práticas de acessibilidade na hotelaria. Lisboa: Ministério da Economia e do Emprego.
- Turismo Inclusivo. (2012). O projeto turismo inclusivo. Acedido 3 de Outubro de 2012 em, <http://www.perfil.com.pt/turismoinclusivo/objectivosespecificos.htm>
- UPIAS. (1975). Fundamental Principles of Disability: The Union of the Physically Impaired Against Segregation.
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: A practical guide* (3ª ed.). UK: Prentice Hall.
- Veitch, C., & Shaw, G. (2011). Disability legislation and empowerment of tourists with disability: The UK case. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and issues* (pp. 62-72). UK: Channel View Publications.
- Vlaanderen, T. (2001). Tourism for all in the European Union: Status report on tourist accommodation accessibility schemes in Europe. Brugge: Toegankelijkheidsbureau v.z.w. Hasselt and LIVING Research and Development s.p.r.l. Brussels.

## Referências Bibliográficas

- Wang, Y. (2011). Ageing travel market and accessibility requirements. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* (pp. 191-200). UK: Channel View Publications.
- Williams, R., Rattray, R., & Anthony, G. (2006). Meeting the on-line needs of disabled tourists: an assessment of UK-based hotel websites. *International Journal of Tourism Research*, 8, 59-73.
- Wright, A. (2012). Tour operating for the less mobile traveller. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (pp. 195-206). UK: Channel View Publications.
- Yau, M., McKercher, B., & Packer, T. (2004). Traveling with a disability: More than an Access Issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946–960.
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. (2009). Qualitative analysis of content. In B. Wildemuth (Ed.), *Applications of social research methods to questions in information and library science*. Westport: Libraries Unlimited.
- Zikmund, W., Babin, B., Cau, J., & Griffin, M. (2009). *Business research methods* (8<sup>a</sup> ed.). UK: South-Western, Cengage Learning.
- Zolkowska, T., Kasior-Szerszen, I., & Blaszkiewicz, I. (2002). European Union policy toward people with disabilities. *Disability Studies Quarterly*, 22 (4), 217-224.

# Apêndices



# Apêndice 1 – Entrevista aos estabelecimentos de alojamento

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

## I. Caracterização do hotel

1. Número de estrelas
2. Total de quartos
3. Total de empregados
4. Serviços oferecidos
5. *Site* na internet (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 21, 22 e 23 do último grupo**)

## II. Perfil dos visitantes

1. Na sua opinião que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

2. A política adotada pelo hotel tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?

- Se não, a administração do hotel pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?

3. A unidade hoteleira trabalha com este tipo de mercado?
  - Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - Se não, pretendem apostar neste segmento?
  - **Caso tenha expressado que o hotel não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida não responda às questões número 4 e 5 deste grupo.**
  
4. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
  - Da faixa etária
  - Da nacionalidade
  - Do nível socioeconómico
  - Das habilitações literárias
  - Do tipo de mobilidade reduzida
  - Nível de satisfação com os serviços prestados
  
5. Os turistas com mobilidade reduzida que usufruem dos vossos produtos têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?
  
6. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - Considera os turistas com mobilidade reduzida um segmento de mercado em crescimento, e atrativo economicamente para o seu hotel?
  - Se não, que razões levam a administração do hotel a pensar assim?
  
7. A literatura refere que é no alojamento turístico que as pessoas com mobilidade reduzida mais encontram barreiras estruturais e interpessoais. Que estratégias foram adotadas pelos gestores do hotel para minimizar estas barreiras?
  - As medidas adotadas apenas se resumem às previstas pela legislação?
  - Caso não tenham sido adotadas medidas adicionais para receber o mercado em estudo, este facto deveu-se a que motivos?

### III. Acessibilidade nas áreas comuns do hotel

8. Tendo em conta as características do hotel, classifique as seguintes premissas como existentes (Sim), ou inexistentes (Não):

	Sim	Não
Existência de elevadores		
Existência de rampas de acesso		
Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida		
Caminho contínuo do estacionamento até ao hotel		
Entrada acessível		
Balcão de receção rebaixado		
Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso		
Iluminação das zonas comuns		
Espaço de circulação dentro e fora do estabelecimento hoteleiro		
Acessibilidade a, e nos, espaços comuns		
Acessibilidade aos equipamentos de lazer		
Acessibilidade nos serviços de restauração		
Serviço de quartos disponível 24 horas		
Existência de identificação tátil das várias instalações		

### IV. Acessibilidade no serviço de alojamento

9. Segundo a política do hotel, o que é considerado um quarto acessível?
10. Qual o número de quartos adaptados que o hotel possui?
11. Qual o critério usado para a localização dos quartos para pessoas com mobilidade reduzida?
12. Em relação ao serviço de alojamento que presta o seu hotel, caracterize-o segundo as seguintes variáveis:

	Sim	Não
Acesso facilitado ao interior do quarto através do uso de um cartão		
Mobiliário rebaixado		
A disposição da mobília facilita a circulação dentro do quarto		
Existência de superfície tátil informativa		
Sinal de emergência audível e visível		
Facilidade de acesso aos comandos da Tv e telefone		
Acessibilidade aos controlos da cama		
Permissão de cães guia		
Espaço próprio para a estada do cão		
Acesso ao varão do roupeiro, bem como aos respetivos cabides		
Controlo da temperatura do quarto		
Bons níveis de iluminação		
Superfícies anti deslizantes		

13. As casas de banho estão adaptadas para os turistas com mobilidade reduzida ao nível:

	Sim	Não
Acesso facilitado ao lavatório e à bancada para higiene especial		
Existência de cadeira de banho		
Localização adequada das barras de apoio		
Existência de chão antiderrapante		
Existência de <i>roll-in shower</i>		
Suporte de toalhas e papel higiénico posicionados em altura adequada		
Dispositivos de iluminação acessíveis		
Alarme sonoro e luminoso, com terminais de ativação colocados a uma altura conveniente		
Acessibilidade às alavancas das torneiras		

## V. Acessibilidade noutros serviços prestados pelo hotel

14. Os serviços de Spa que oferecem (Piscina, massagens, ginásio, etc.) estão adaptados para receber os turistas com mobilidade reduzida? **Esta pergunta apenas se aplica a hotéis com este tipo de serviços complementares.**
15. O serviço de restauração está adaptado para que os turistas com mobilidade reduzida aí possam efetuar as refeições diárias, nomeadamente no que diz respeito:

	Sim	Não
Existência de cardápio em formato adaptado para invisuais		
Sinal de emergência audível e visível		
Espaço de circulação		
Altura das mesas		
Desenho das mesas que permita a inclusão de uma cadeira de rodas		

16. Existem outros serviços prestados que gostasse de salientar, pelo facto de estarem acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida?

## VI. Formação do pessoal

17. O vosso hotel possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?
- Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?

18. Esses colaboradores estão disponíveis 24 horas por dia?

## VII. Informação fornecida

19. A informação que disponibilizam aos turistas acerca dos bens e serviços prestados pelo hotel estão editados segundo vários formatos?

- *Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?*

20. Essa informação influenciou de alguma forma a tomada de decisão aquando a escolha pelo seu estabelecimento hoteleiro?

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número cinco do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

21. A informação que o hotel disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?

22. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?

23. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**



## Apêndice 2 - Entrevista aos postos de turismo

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização da entidade turística

6. Qual o número de empregados?
7. Que tipos de serviços são prestados pela entidade?
8. Esta possui *site* oficial na internet? **(Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 15, 16 e 17 do último grupo)**

### II. Perfil dos Visitantes

9. Na sua opinião que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

10. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para a cidade?

11. A entidade trabalha com este tipo de mercado?

- Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
- Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida não responda às questões número 7 e 8 deste grupo.**

12. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:

- Da faixa etária
- Da nacionalidade
- Do nível socioeconómico
- Das habilitações literárias
- Do tipo de mobilidade reduzida
- Nível de satisfação com os serviços prestados

13. Na sua opinião o serviço que a entidade presta é acessível a todos os visitantes, e está assente numa reflexão sobre a igualdade de experiências?

14. Os turistas com mobilidade reduzida, que usufruem dos vossos produtos, têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?

### III. Acessibilidade no posto de turismo

15. Tendo em conta as características do espaço físico em que são acolhidos os visitantes, classifique as seguintes premissas como existentes “Sim”, ou inexistentes “Não”:

	Sim	Não
Existência de identificação tátil dos produtos expostos		
Existência de rampas de acesso		
Entrada acessível		
Balcão de receção rebaixado		
Bons níveis de iluminação		
Espaço de circulação dentro da parte física da entidade		
Mobiliário rebaixado		
Existência de superfície tátil informativa		
Sinal de emergência audível e visível		
Permissão de cães guia		

#### IV. Formação do pessoal

16. A vossa entidade possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?

- Se sim, em que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
- Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?

17. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

#### V. Informação fornecida

18. A informação escrita que disponibilizam aos turistas tem patente os seguintes critérios de boa acessibilidade?

	Sim	Não
Específica para turismo acessível		
Completa e precisa		
Atualizada		
Boa visibilidade dos conteúdos (tipo e tamanho da letra, espaçamento entre linhas, contraste e profusão das cores)		
Tamanho dos textos nas diversas impressões		
Tamanho das imagens e ilustrações que complementam a informação escrita		
Informação em braille, ou imagens de relevo		

- Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?

19. A entidade tem à disposição dos visitantes meios audiovisuais que facilitam a visita, à cidade (vídeos, áudio e vídeo guias, postos de áudio, postos computadorizados, etc.)?

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

20. A informação que a entidade disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?

## Apêndices

21. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
22. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 3 - Entrevista às empresas de animação turística e equipamentos de lazer e recreio

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização da empresa

1. Qual o número de trabalhadores
2. Quais os serviços oferecidos?
3. A entidade possui *site* oficial na internet? (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 20, 21 e 22 do último grupo**)

### II. Perfil dos clientes

4. Na sua opinião que tipo de turista engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

5. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - i. Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o seu negócio?
6. A política adotada pela empresa tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
  - i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
7. A empresa trabalha com este tipo de mercado?
  - i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que a entidade em que opera não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
  - i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados.
9. Os turistas com mobilidade reduzida que usufruem dos vossos produtos têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela vossa entidade?
10. Tem conhecimento da existência de empresas de animação turística especializadas no segmento de mercado do turismo acessível?

### **III. Acessibilidade nos serviços prestados**

11. Segundo a política empresa, o que é considerado um pacote turístico acessível?
12. Em relação aos serviços prestados pela empresa, estes estão equipados para que o turista com mobilidade reduzida possa usufruir de todo o produto que adquiriu?
  - i. Se sim, estes equipamentos (p.e. de multimédia, segurança, etc.) são propriedade da empresa ou são alugados?
  - ii. Se não, existe alguma razão específica para que a entidade não detenha estes equipamentos?
13. Os serviços prestados transmitem ao visitante com mobilidade reduzida a sensação de segurança?
14. Quando o visitante com mobilidade reduzida não consegue usufruir dos serviços de animação turística que tem para oferecer, que política é adotada para que este não fique insatisfeito com a sua empresa?
15. Ao suceder esta última situação, os visitantes costumam fazer comentários, ou até mesmo apresentar soluções, de como ultrapassar este problema?

### **IV. Formação do pessoal**

16. A vossa empresa possui no quadro de colaboradores pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida, nos vários serviços que fornecem?
  - i. Se sim, em que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
17. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

## V. Informação fornecida

18. A informação que disponibiliza aos turistas acerca dos serviços prestados pela entidade está editada segundo vários formatos?

iii. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?

19. Essa informação influenciou de alguma forma a tomada de decisão aquando a escolha pelos vossos serviços?

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

20. A informação que a empresa disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?

21. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?

22. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 4 - Entrevista exploratória: O caso específico da animação turística II

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização da empresa

1. Qual o número total de funcionários?
2. Quais os serviços oferecidos?
3. A entidade possui *site* oficial na internet? (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 17, 18 e 19 do último grupo**)

### II. Perfil dos clientes

4. Na sua opinião que tipo de turista engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

5. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:

- i. Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o seu negócio?
6. A política adotada pela empresa tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
  - i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
7. A empresa trabalha com este tipo de mercado?
  - i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que a entidade em que opera não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
  - i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados.
9. Os turistas com mobilidade reduzida que usufruem dos vossos produtos têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela vossa entidade?

### III. Acessibilidade nas áreas visitadas

10. Aquando uma visita guiada, a entidade tem o cuidado de fazer um estudo prévio do tipo de público que irá constituir o grupo de visita? Se sim este cuidado permite-lhe organizar a visita por forma a responder a todas as limitações existentes no seio deste?

11. Ao longo das visitas que realizam já encontraram barreiras que impediram a participação plena das pessoas com mobilidade reduzida?
  - vii. Se sim, quais os tipos de barreiras que encontram com maior frequência?
12. Quando o visitante com mobilidade reduzida não consegue usufruir dos produtos turísticos em causa, que política é adotada para que este não fique insatisfeito com a sua empresa?
13. Ao suceder esta última situação, os visitantes costumam fazer comentários, ou até mesmo apresentar soluções, de como ultrapassar este problema?

#### **IV. Formação do pessoal**

14. A vossa empresa possui no quadro de colaboradores pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida, nos vários serviços que fornecem?
  - i. Se sim, em que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
15. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

#### **V. Informação fornecida**

16. A informação que disponibiliza aos turistas acerca dos serviços prestados, bem como das atrações visitadas, está editada segundo vários formatos?
  - i. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?
17. Essa informação influenciou de alguma forma a tomada de decisão aquando a escolha pelos vossos serviços?

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

18. A informação que a empresa disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?
19. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
20. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 5 - Entrevista ao teatro

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### VI. Caracterização do teatro

1. Qual o número total de empregados?
2. Quais os serviços oferecidos?
3. O teatro possui *site* oficial na internet? (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 16, 17 e 18 do último grupo**)

### VII. Perfil dos Visitantes

4. Na sua opinião que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

5. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - i. Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o teatro?

6. A política adotada pelo teatro em que trabalha tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
- i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
7. A entidade trabalha com este tipo de mercado?
- i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que o teatro não recebe qualquer tipo de visitantes com algum tipo de mobilidade reduzida não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
- i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados
9. Os turistas com mobilidade reduzida, que usufruem dos vossos produtos, têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?

### VIII. Acessibilidade ao, e no, teatro

10. Segundo a política do teatro, o que é considerado, p.e., um concerto acessível?
11. Tendo em conta as características físicas do museu, classifique-o segundo a sua existência:

	Sim	Não
Entrada acessível		
Existência de rampas de acesso		
Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida		
Caminho contínuo do estacionamento até ao teatro		
Bons níveis de iluminação		
Balcão de receção rebaixado		

Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso		
Permissão de cão-guia		
Espaço de circulação dentro e fora do teatro		
Acessibilidade a, e nos, espaços comuns		
Existência de casas de banho adaptadas		
Existência de identificação tátil das várias instalações		
Exposições adaptadas, segundo diferentes formatos linguísticos e auditivos		
Sistema de alarme preparado para pessoas surdas ou invisuais		

## IX. Formação do pessoal

12. O vosso teatro possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?
- i. Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
13. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura do teatro?

## X. Informação fornecida

14. A informação que disponibilizam aos visitantes (p.e. através de brochuras explicativas) acerca das exposições presentes no museu está editada segundo vários formatos?
- i. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?
15. O teatro tem à disposição dos visitantes meios audiovisuais que facilitam o usufruto dos concertos/peças de teatro, e outros, bem como a compreensão da mesma? (vídeos, áudio e vídeo guias, postos de áudio, postos computadorizados, etc.)
- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**
16. A informação que o museu disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?

## Apêndices

17. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
18. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 6 - Entrevista aos museus

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### XI. Caracterização do Museu

1. Qual o número total de empregados?
2. Quais os serviços oferecidos?
3. O museu possui *site* oficial na internet? **(Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 18, 19 e 20 do último grupo)**

### XII. Perfil dos Visitantes

4. Na sua opinião que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

5. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - i. Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o museu?

6. A política adotada pelo museu em que trabalha tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
- i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
7. A entidade trabalha com este tipo de mercado?
- i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que o museu não recebe qualquer tipo de visitantes com algum tipo de mobilidade reduzida não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
- i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados
9. Os turistas com mobilidade reduzida, que usufruem dos vossos produtos, têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?

### XIII. Acessibilidade ao, e no, museu

10. Segundo a política do museu, o que é considerado, p.e., uma exposição acessível?
11. Tendo em conta as características físicas do museu, classifique-o segundo a sua existência:

	Sim	Não
Entrada acessível		
Existência de rampas de acesso		
Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida		
Caminho contínuo do estacionamento até ao museu		
Bons níveis de iluminação		
Balcão de receção rebaixado		

## Apêndices

Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso		
Permissão de cão-guia		
Espaço de circulação dentro e fora do museu		
Acessibilidade a, e nos, espaços comuns		
Existência de casas de banho adaptadas		
Existência de identificação tátil das várias instalações		
Exposições adaptadas, segundo diferentes formatos linguísticos e auditivos		
Sistema de alarme preparado para pessoas surdas ou invisuais		

### XIV. Formação do pessoal

12. O vosso museu possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?
- Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
13. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura do museu?
14. Aquando uma visita guiada, o museu tem o cuidado de fazer um estudo prévio do tipo de público que irá constituir o grupo de visita? Se sim este cuidado permite-lhe organizar a visita por forma a responder a todas as limitações existentes no seio deste?

### XV. Informação fornecida

15. A informação que disponibilizam aos turistas (p.e. através de brochuras explicativas) acerca das exposições presentes no museu está editada segundo vários formatos?
- Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?
16. O museu está equipado com painéis interpretativos e placas de identificação que obedecem a critérios específicos como:

	Sim	Não
Posicionamento		
Linguagem clara		
Visibilidade dos conteúdos (tipo e tamanho da letra, espaçamento entre linhas, contraste e profusão das cores)		

## Apêndices

Boa iluminação		
Tamanho das imagens e ilustrações que complementam a informação escrita		
Informação em braille, ou imagens de relevo		

17. O museu tem à disposição dos visitantes meios audiovisuais que facilitam a visita, bem como a compreensão da mesma? (vídeos, áudio e vídeo guias, postos de áudio, postos computadorizados, etc.)

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

18. A informação que o museu disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?

19. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?

20. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 7 - Entrevista às agências de viagens

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização da agência de viagem

1. Qual o número total de empregados?
2. Quais os serviços oferecidos?
3. A agência de viagens *possui site* oficial na internet? (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 20, 21 e 22 do último grupo**)

### II. Perfil dos clientes

4. Na sua opinião que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

## Apêndices

5. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
  - i. Considera os turistas com mobilidade reduzida, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o seu negócio?
6. A política adotada pela agência de viagens tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
  - i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política e económica do estabelecimento?
7. A entidade trabalha com este tipo de mercado?
  - i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que a agência não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
  - i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados
9. Os turistas com mobilidade reduzida que usufruem dos vossos produtos têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela vossa entidade?
10. Tem conhecimento da existência de alguma agência de viagens especializada no segmento de mercado do turismo acessível?

### **III. Acessibilidade no serviço de venda de viagens**

11. Segundo a política da agência de viagens, o que é considerado um pacote turístico acessível?
12. Em relação ao serviço de venda de viagens que presta a sua agência, caracterize-o segundo as seguintes variáveis:
  - i. Pacotes específicos para o segmento de mercado do turismo acessível;
  - ii. Parcerias com outros atores do sistema turístico capazes de receber os visitantes com mobilidade reduzida;
13. A agência possui algum pacote turístico para o destino Aveiro que integre atores do sistema turístico capazes de responder às necessidades específicas deste segmento?
14. Dos agentes da oferta turística que a sua entidade contacta para dar resposta aos clientes com mobilidade reduzida que pretendem viajar, quais são os que apresentam mais barreiras?
15. Face a um cenário hipotético de criação de um pacote de viagem de turismo acessível, quais os possíveis agentes da oferta turística que contactariam?

### **IV. Formação do pessoal**

16. A agência de viagens possui no quadro de colaboradores pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida, nos vários serviços que fornecem?
  - i. Se sim, em que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
17. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

## V. Informação fornecida

18. A informação que disponibiliza aos turistas acerca dos serviços prestados pela agência de viagens está editada segundo vários formatos?
- i. Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?
19. Essa informação influenciou de alguma forma a tomada de decisão aquando a escolha pela sua agência?
- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**
20. A informação que agência disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?
21. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
22. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 8 - Entrevista aos estabelecimentos de restauração

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação da oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização do restaurante

1. Número total de empregados
2. Serviços oferecidos
3. *Site* na internet (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 18, 19 e 20 do último grupo**)

### II. Perfil dos clientes

4. Na sua opinião que tipo de clientes fazem parte do grupo de pessoas com mobilidade reduzida?
  5. A política adotada pelo restaurante tem em atenção este tipo de pessoas?
    - i. Se não, a administração do restaurante pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
  6. O restaurante trabalha com este tipo de mercado?
    - i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
    - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que o restaurante não recebe qualquer tipo de clientes com mobilidade reduzida não responda às questões número 7 e 8 deste grupo.**

7. Como se caracteriza o segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida que procura os vossos serviços ao nível:
- iii. Da faixa etária
  - iv. Da nacionalidade
  - v. Do nível socioeconómico
  - vi. Das habilitações literárias
  - vii. Do tipo de mobilidade reduzida
  - viii. Nível de satisfação com os serviços prestados
8. Os clientes com mobilidade reduzida que usufruem dos vossos produtos têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?

**Numa ótica mais turística, atente na seguinte questão:**

9. Segundo estudos recentes o segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:
- ix. Considera os turistas com mobilidade reduzida um segmento de mercado em crescimento, e atrativo economicamente para o seu restaurante?
  - x. Se não, que razões levam a administração do restaurante a pensar assim?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

**III. Acessibilidade nas áreas comuns do restaurante**

10. Tendo em conta as características do restaurante, classifique as seguintes premissas como existentes “Sim”, ou inexistentes “Não”:

	Sim	Não
Existência de elevadores		
Existência de rampas de acesso		
Lugares reservados para pessoas com mobilidade reduzida		
Caminho contínuo do estacionamento até ao restaurante		

## Apêndices

Entrada acessível		
Balcão rebaixado		
Sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso		
Iluminação das zonas comuns		
Espaço de circulação dentro e fora do restaurante		
Acessibilidade a, e nos, espaços comuns		
Existência de identificação tátil das várias instalações		
Sinal de emergência audível e visível		
Permissão de cão guia		
Superfície anti deslizante		

### IV. Acessibilidade no serviço de restauração

11. Segundo a política do restaurante, o que é considerado um estabelecimento de restauração acessível?

12. Em relação ao serviço prestado, caracterize-o segundo as seguintes variáveis:

	Sim	Não
Existência de cardápio em formato adaptado para invisuais		
Sinal de emergência audível e visível		
Espaço de circulação		
Altura das mesas		
Desenho das mesas que permita a inclusão de uma cadeira de rodas		

13. As casas de banho estão adaptadas para pessoas com mobilidade reduzida ao nível:

	Sim	Não
Acesso facilitado ao lavatório e à bancada para higiene especial		
Localização adequada das barras de apoio		
Existência de chão antiderrapante		
Suporte de toalhas e papel higiénico posicionados em altura adequada		
Dispositivos de iluminação acessíveis		
Alarme sonoro e luminoso, com terminais de ativação colocados a uma altura conveniente		
Acessibilidade às alavancas das torneiras		

## V. Formação do pessoal

14. O vosso restaurante possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?
- i. Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
15. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

## VI. Informação fornecida

16. A informação que disponibilizam aos clientes acerca dos bens e serviços prestados pelo restaurante estão editados segundo vários formatos?
- i. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?
17. Essa informação influenciou de alguma forma a tomada de decisão aquando a escolha pelo seu estabelecimento?
- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**
18. A informação que o restaurante disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai de encontro às necessidades especiais dos clientes com mobilidade reduzida?
19. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
20. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 9 - Entrevista aos transportes rodoviários

Esta entrevista insere-se num projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro. Tem como finalidade perceber quais os níveis de adequação e adaptação oferta turística da cidade de Aveiro, face ao segmento de mercado do Turismo Acessível.

Todas as respostas são confidenciais e apenas utilizadas no âmbito deste projeto de investigação.

A sua colaboração será fundamental para a concretização deste estudo. Desde já agradeço a sua participação.

### I. Caracterização da empresa

1. A natureza da empresa é pública ou privada?
2. Qual o número total de funcionários?
3. A empresa possui *site* oficial na internet? (**Se respondeu negativamente a esta pergunta, por favor não responda às perguntas número 19, 20 e 21 do último grupo**)

### II. Perfil dos passageiros

4. Na sua opinião que tipo passageiro faz parte do grupo de pessoas com mobilidade reduzida?

Turismo Acessível permite que pessoas com requisitos de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas de acesso, consigam participar de forma independente e com equidade em atividades turísticas concebidas universalmente através de bens, serviços e ambientes. Esta definição é abrangente a todas as pessoas, incluindo aqueles que viajam

5. Atente agora numa vertente mais turística. Segundo estudos recentes o segmento de mercado do turismo acessível apresenta vantagens económicas, sociais e culturais, bastante importantes quer para o destino, quer para os atores do sistema turístico. Face a isto:

## Apêndices

- i. Considera os turistas com mobilidade reduzida que chegam à cidade, um segmento de mercado em crescimento, e atrativo para o negócio da entidade em que opera?
6. A política adotada pela empresa em que trabalha tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida?
  - i. Se não, a administração pensa num futuro próximo integrar este segmento na gestão política do estabelecimento?
7. A entidade trabalha com este tipo de mercado?
  - i. Se sim, qual foi a evolução que verificaram ao nível da procura?
  - ii. Se não, pretendem apostar neste segmento?
- **Caso tenha expressado que a entidade em que opera não recebe qualquer tipo de visitantes com mobilidade reduzida, não responda às questões número 8 e 9 deste grupo.**
8. Como se caracteriza o segmento de mercado de turismo acessível que procura os vossos serviços ao nível:
  - i. Da faixa etária
  - ii. Da nacionalidade
  - iii. Do nível socioeconómico
  - iv. Das habilitações literárias
  - v. Do tipo de mobilidade reduzida
  - vi. Nível de satisfação com os serviços prestados
9. Os turistas com mobilidade reduzida têm feito algum tipo de sugestões no sentido de melhorar os serviços prestados pela entidade?

### III. Acessibilidade nos transportes

10. Todos os autocarros que compõem a frota da empresa, estão adaptados para pessoas com mobilidade reduzida, ou seja, possuem entrada acessível e lugares reservados e adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.
11. Se não, existe alguma linha específica que permita aos visitantes com mobilidade reduzida deslocarem-se na cidade de Aveiro?
12. Nos horários que disponibilizam, existe a indicação de que o autocarro que irá fazer o percurso em causa é acessível?
13. O sinal de stop está ao alcance das pessoas com mobilidade reduzida?
14. Caso o visitante seja surdo, o autocarro está equipado com sistema de som que lhe permita perceber em que paragem se encontra?
15. Na sua opinião as paragens dos autocarros são acessíveis? (altura dos passeios, informação dos horários, percursos dos autocarros, etc)

### IV. Formação do pessoal

16. A vossa empresa possui, no quadro de colaboradores, pessoas capazes e com formação para dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida nos vários serviços que fornecem?
  - i. Se sim, que tipo de formação? (ex.: linguagem gestual)
  - ii. Se não, têm em mente contratar, ou dar formação, a colaboradores específicos a fim de colmatar esta lacuna?
17. Esses colaboradores estão disponíveis todos os dias, durante o período de abertura da entidade?

### V. Informação fornecida

18. A informação que disponibilizam aos visitantes (p.e. através de publicação de horários) está editada segundo vários formatos?

- i. Se não, têm em curso alguma política que integre a criação de serviços informativos acessíveis a todos?

- **Caso tenha replicado afirmativamente à pergunta número três do primeiro grupo, por favor responda às seguintes questões:**

19. A informação disponibiliza no *site* oficial é detalhada, precisa e correta? Na sua opinião esta vai ao encontro das necessidades especiais dos turistas com mobilidade reduzida?
20. Complementam a informação disponível no *site* com a disponibilização de fotografias?
21. Existe a preocupação de manter a informação sempre atualizada?

**Obrigado (a) pela sua colaboração.**

## Apêndice 10 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos hotéis

Fonte: elaboração própria

### Entrevista exploratória: O caso específico dos hotéis

Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da entidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Categoria do hotel;</li> <li>• Dimensão do hotel;</li> <li>• Número de pessoas a operar no hotel;</li> <li>• Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>• Acessibilidade ao hotel via <i>web</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaliar se a categoria do hotel influencia a prestação de serviços e o fornecimento de bens, assentes no princípio da acessibilidade.</li> <li>• Relacionar o número de quartos existentes com aqueles destinados a pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>• Perceber se o hotel possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos visitantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>• Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>• Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>• Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>• Sugestões dirigidas ao hotel;</li> <li>• Atratividade do segmento em estudo para o hotel;</li> <li>• Estratégias implementadas com vista a minimizar as barreiras existentes;</li> <li>• Medidas adotadas com base na acessibilidade;</li> <li>• Possíveis fatores que levaram a não apostar na acessibilidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante do hotel, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>• Compreender se a administração da entidade integra na sua política de gestão o segmento em estudo, e tem em conta a igualdade de experiências.</li> <li>• Perceber se o hotel já recebe turistas com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura verificada.</li> <li>• Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitante que adquire os produtos do hotel.</li> <li>• Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas ao hotel no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> <li>• Perceber se o entrevistado, enquanto figura representativa do hotel, vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>• Avaliar as políticas estratégicas do hotel para aumentar a acessibilidade a este.</li> <li>• Compreender se as medidas de acessibilidade tomadas pelo hotel apenas foram feitas por imposição legislativa.</li> <li>• Perceber se o investimento que teria que ser feito, ou a política do hotel, foi fator impeditivo para a tomada de medidas com vista à acessibilidade.</li> </ul>

## Apêndices

<p><b>Grupo III – Acessibilidade nas áreas comuns do hotel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nível de acessibilidade nas áreas comuns do hotel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Com base nas questões específicas apresentadas nos estudos dos autores Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy, et al., 2011; Darcy &amp; Pegg, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Michopoulou &amp; Buhalis, 2011; Ozturk, et al., 2008; Papamichail, 2012; Poria, Reichel, &amp; Brandt, 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011; Turismo de Portugal (2012) Guia de acessibilidade, pretende-se perceber se o hotel possui características particulares de acessibilidade, que permitam a um visitante com mobilidade reduzida usufruir dos produtos sem que, para isso, tenham que ultrapassar determinado tipo de barreiras.</li> </ul>
<p><b>Grupo IV – Acessibilidade no serviço de alojamento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de quarto acessível;</li> <li>Acessibilidade no serviço de alojamento;</li> <li>Número de quartos adaptados;</li> <li>Localização dos quartos adaptados;</li> <li>Caracterização de um conjunto de premissas segundo o seu nível de acessibilidade;</li> <li>Acessibilidade nas casas de banho privadas para pessoas com mobilidade reduzida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisar o que o entrevistado, enquanto figura representativa do hotel, entende por quarto acessível.</li> <li>Perceber se o hotel está preparado para receber mais que um turista com mobilidade reduzida.</li> <li>Compreender se os quartos adaptados estão acessíveis e não se encontram em zona discriminatória.</li> <li>Entender quais os critérios usados aquando a decisão pela localização do quarto adaptado para pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Perceber se o quarto se encontra acessível segundo as variáveis definidas nos estudos dos seguintes autores: Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy, et al., 2011; Darcy &amp; Pegg, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Michopoulou &amp; Buhalis, 2011; Ozturk, et al., 2008; Papamichail, 2012; Poria, Reichel, &amp; Brandt, 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011; Turismo de Portugal (2012) Guia de acessibilidade.</li> <li>Avaliar a acessibilidade às casas de banho à disposição no interior do quarto e nas áreas comuns, com base nos estudos dos seguintes autores: Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy, et al., 2011; Darcy &amp; Pegg, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Michopoulou &amp; Buhalis, 2011; Ozturk, et al., 2008; Papamichail, 2012; Poria, Reichel, &amp; Brandt, 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011; Turismo de Portugal (2012) Guia de acessibilidade)</li> </ul>
<p><b>Grupo V - Acessibilidade noutros serviços prestados pelo hotel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acessibilidade a outros serviços do hotel;</li> <li>Acessibilidade no serviço de restauração no interior do hotel;</li> <li>Outros serviços acessíveis não referidos nas questões anteriores;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perceber se o hotel também possui a política de igualdade de experiências para serviços complementares ao turismo.</li> <li>Identificar se o serviço de restauração que o hotel tem à disposição dos turistas está preparado para receber pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Dar a possibilidade ao entrevistado de referir outros serviços que não tenham sido abordados no guião da entrevista, e que se caracterizam por serem acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida.</li> </ul>
<p><b>Grupo VI – Formação do</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o hotel contratou algum colaborador que consiga dar resposta às</li> </ul>

## Apêndices

<p><b>pessoal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mobilidade reduzida;</li> <li>• Colaboradores presentes 24 horas por dia.</li> </ul>	<p>diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Averiguar se os colaboradores com formação específica para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida se encontram disponíveis 24 horas por dia.</li> </ul>
<p><b>Grupo VII – Informação fornecida</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação disponível em vários formatos;</li> <li>• Preferência pelo hotel face a outro;</li> <li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li> <li>• Precisão da informação prestada;</li> <li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>• Atualização da informação;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li> <li>• Perceber se o hotel, pelas características de acessibilidade que possui, foi o escolhido aquando a tomada de decisão do visitante. Sabendo da dificuldade de obter esta resposta, pretende-se apenas conhecer se algum visitante comentou com algum colaborador do hotel a sua preferência bem como as razões específicas.</li> <li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> do hotel, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li> <li>• Percecionar se o hotel complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li> <li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li> </ul>



## Apêndice 11 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos postos de turismo

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico dos postos de turismo		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização dos postos de turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na entidade;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade à agência via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se a entidade possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos visitantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a entidade;</li> <li>Prática de uma política que integra a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à entidade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante da entidade, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Perceber se a entidade vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>Compreender se a administração da entidade integra na sua política de gestão o segmento em estudo, e tem em conta a igualdade de experiências.</li> <li>Perceber se a entidade recebe visitantes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura verificada.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitantes que adquire os produtos da entidade.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à entidade no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo III – Acessibilidade no posto de turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nível de acessibilidade no interior do posto de turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisar, segundo um conjunto de premissas, a que nível o posto de turismo se encontra acessível no que à receção de visitantes com mobilidade reduzida diz respeito.</li> </ul>

## Apêndices

<b>Grupo VI – Formação do pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Colaboradores presentes no período de abertura da entidade</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Percecionar se a entidade contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li><li>• Averiguar se os colaboradores com formação específica para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida se encontram disponíveis durante o período de abertura da entidade.</li></ul>
<b>Grupo VII – Informação fornecida</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informação corresponde positivamente a um conjunto de critérios acerca da acessibilidade;</li><li>• Saber se a entidade dispõe de meios complementares que permitem uma visita à cidade mais segura, facilitada, e informada;</li><li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li><li>• Precisão da informação prestada;</li><li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Complementaridade da informação escrita;</li><li>• Atualização da informação;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceber se segundo um conjunto de premissas a entidade se encontra preparada para dar respostas distintas, ao nível da informação, a pessoas com necessidades especiais. Caso a informação não esteja completamente acessível, compreender se existe em curso alguma política que vá colmatar as lacunas existentes.</li><li>• Averiguar a existência de outros meios complementares que permitam ao visitante, segundo a sua mobilidade reduzida, obter informação acerca das diferentes atrações turísticas existentes no destino.</li><li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da entidade, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li><li>• Percecionar se a agência complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li><li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li></ul>

## Apêndice 12 - Metodologia aplicada na entrevista das empresas de animação turística

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico das entidades de animação turística		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da agência de viagem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na empresa;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade à entidade via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se a empresa possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a empresa;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à empresa;</li> <li>Conhecimento de empresas de animação turística especializadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante da empresa, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Perceber se a entidade vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>Compreender se a administração da empresa integra na sua política de gestão o segmento em estudo, e tem em conta a igualdade de experiências.</li> <li>Perceber se a empresa recebe visitantes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura que tem verificado.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitantes que adquire os produtos da entidade.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à empresa no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> <li>Perceber se a entidade tem conhecimento da existência de outras empresas especializadas em turismo acessível.</li> </ul>

## Apêndices

<p><b>Grupo III – Acessibilidade nos serviços prestados</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delimitação de pacote turístico acessível;</li> <li>• Existência de equipamentos que permitam ao visitante com mobilidade reduzida usufruir dos produtos adquiridos;</li> <li>• Venda de produtos que transmitem sensação de segurança;</li> <li>• Política adotada quando um visitante não consegue usufruir dos produtos vendidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisar o que o entrevistado, enquanto figura representativa da empresa, entende por pacote turístico acessível</li> <li>• Entender se a entidade tem ao dispor dos visitantes com mobilidade reduzida um conjunto de equipamentos de apoio que permitam a estes usufruir de todos os produtos que a empresa oferece. Caso isso não suceda, pretende-se saber se esta possui alguma razão específica para a não aquisição desses materiais.</li> <li>• Verificar se a empresa vende aos visitantes com mobilidade reduzida produtos turísticos que lhes transmitam a sensação de segurança aquando o usufruto dos mesmos.</li> <li>• Averiguar se já sucedeu algum visitante com mobilidade reduzida não conseguir usufruir do produto turístico que a empresa lhe tenha vendido, e caso isso tenha acontecido que estratégias foram adotadas por esta para que o cliente não fosse insatisfeito.</li> </ul>
<p><b>Grupo VI – Formação do pessoal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>• Colaboradores presentes no período de abertura da entidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percecionar se a empresa contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li> <li>• Averiguar se os colaboradores com formação específica para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida se encontram disponíveis durante o período de abertura da entidade.</li> </ul>
<p><b>Grupo VII – Informação fornecida</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação disponível em vários formatos;</li> <li>• Preferência pela agência face a outra;</li> <li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li> <li>• Precisão da informação prestada;</li> <li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>• Complementaridade da informação escrita;</li> <li>• Atualização da informação;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li> <li>• Perceber se a empresa, pelas características de acessibilidade que possui, foi a escolhida aquando a tomada de decisão do visitante. Sabendo da dificuldade de obter esta resposta, pretende-se apenas conhecer se algum visitante comentou com a agência a sua preferência bem como as razões específicas.</li> <li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da empresa, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li> <li>• Percecionar se a entidade complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li> <li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li> </ul>

## Apêndice 13 - Metodologia aplicada na entrevista das empresas de animação turística II

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico das entidades de animação turística II		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da agência de viagem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na empresa;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade à agência via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se a empresa possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a empresa;</li> <li>Prática de uma política que integra a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à agência;</li> <li>Conhecimento de empresas de animação turística especializadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante da empresa, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Perceber se a entidade vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>Compreender se a administração da empresa integra na sua política de gestão o segmento em estudo, e tem em conta a igualdade de experiências.</li> <li>Perceber se a empresa recebe visitantes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura que tem verificado.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitantes que adquire os produtos da agência.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à empresa no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> <li>Perceber se a entidade tem conhecimento da existência de outras empresas especializadas em turismo acessível.</li> </ul>

## Apêndices

<b>Grupo III – Acessibilidade nas áreas visitadas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realização de um estudo prévio acerca do público que vai receber;</li><li>• Existência de barreiras ao longo dos percursos;</li><li>• Política adotada quando um visitante não consegue usufruir dos produtos vendidos.</li><li>• Quando o último ponto ocorrer, os visitantes apresentam soluções para ultrapassar as barreiras encontradas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar se a entidade tem o cuidado de realizar um estudo antecipado acerca do grupo que irá receber por forma a delimitar percursos que este consiga usufruir, sem que para isso tenha que ultrapassar um número de barreiras significativas.</li><li>• Perceber quais as barreiras que a entidade encontra com mais frequência ao longo dos percursos, e verificar se estas já foram impeditivas para visitar alguma atração turística no destino.</li><li>• Averiguar se já sucedeu algum visitante com mobilidade reduzida não conseguir usufruir do produto turístico que a empresa lhe tenha vendido, e caso isso tenha acontecido que estratégias foram adotadas por esta para que o cliente não fosse insatisfeito.</li><li>• Perceber se o visitante faz algum tipo de sugestão no sentido de ultrapassar barreiras encontradas ao longo do percurso turístico.</li></ul>
<b>Grupo VI – Formação do pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Colaboradores presentes no período de abertura da entidade.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Percecionar se a empresa contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li><li>• Averiguar se os colaboradores com formação específica para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida se encontram disponíveis durante o período de abertura da entidade.</li></ul>
<b>Grupo VII – Informação fornecida</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informação disponível em vários formatos;</li><li>• Preferência pela agência face a outra;</li><li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li><li>• Precisão da informação prestada;</li><li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Complementaridade da informação escrita;</li><li>• Atualização da informação;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li><li>• Perceber se a empresa, pelas características de acessibilidade que possui, foi a escolhida aquando a tomada de decisão do visitante. Sabendo da dificuldade de obter esta resposta, pretende-se apenas conhecer se algum visitante comentou com a agência a sua preferência bem como as razões específicas.</li><li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da empresa, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li><li>• Percecionar se a agência complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li><li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li></ul>

## Apêndice 14 - Metodologia aplicada na entrevista do teatro

Fonte: elaboração própria

### Entrevista exploratória: O caso específico do teatro

Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização dos postos de turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na entidade;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade à entidade via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se a entidade possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos visitantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a entidade;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à entidade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante da agência, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Perceber se a entidade vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>Compreender se a administração da entidade integra na sua política de gestão o segmento em estudo, e tem em conta a igualdade de experiências.</li> <li>Perceber se a entidade recebe visitantes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura verificada.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitantes que adquire os produtos da entidade.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à entidade no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo III – Acessibilidade ao, e no, teatro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segundo a política adotada, o que é um espetáculo acessível;</li> <li>Nível de acessibilidade no interior do teatro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar através do entrevistado, enquanto figura representativa do teatro, entende por espetáculo acessível a todos.</li> <li>Analisar, segundo um conjunto de premissas, a que nível o posto de turismo se encontra acessível no que à receção de visitantes com mobilidade reduzida diz respeito.</li> </ul>
<b>Grupo VI – Formação do pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se a entidade contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida.</li> </ul>

## Apêndices

<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboradores presentes no período de abertura da entidade</li></ul>	<p>Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Averiguar se os colaboradores com formação específica para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida se encontram disponíveis durante o período de abertura da entidade.</li></ul>
<p><b>Grupo VII – Informação fornecida</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Informação corresponde positivamente a um conjunto de critérios acerca da acessibilidade;</li><li>• Saber se a entidade dispõe de meios complementares que permitem uma visita à cidade mais segura, facilitada, e informada;</li><li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li><li>• Precisão da informação prestada;</li><li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Complementaridade da informação escrita;</li><li>• Atualização da informação;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceber se, segundo um conjunto de premissas, a entidade se encontra preparada para dar respostas distintas, ao nível da informação, a pessoas com necessidades especiais. Caso a informação não esteja completamente acessível, compreender se existe em curso alguma política que vá colmatar as lacunas existentes.</li><li>• Averiguar a existência de outros meios complementares que permitam ao visitante, segundo a sua mobilidade reduzida, obter informação acerca das diferentes atrações turísticas existentes no destino.</li><li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da entidade, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li><li>• Percecionar se a entidade complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li><li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li></ul>

## Apêndice 15 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos museus

Fonte: elaboração própria

### Entrevista exploratória: O caso específico dos museus

Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da entidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar no museu;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade ao museu via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se o museu possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos visitantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas ao museu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante do museu, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Compreender se a administração do museu pensa, num futuro próximo, integrar o segmento em estudo na gestão política do museu.</li> <li>Perceber se o museu já recebe turistas com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura verificada.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitante que adquire os produtos do museu.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas ao museu no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo III – Acessibilidade ao, e no, museu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de exposição acessível;</li> <li>Características físicas do museu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisar o que o entrevistado, enquanto figura representativa do museu, entende por exposição acessível.</li> <li>Com base nas questões específicas apresentadas nos estudos de diferentes autores, pretende-se percecionar se o museu possui características particulares de acessibilidade, que permitam a um visitante com mobilidade reduzida usufruir dos produtos sem que, para isso, tenha que ultrapassar determinadas barreiras.</li> </ul>

## Apêndices

<b>Grupo IV – Formação do pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Disponibilidade dos colaboradores com formação específica;</li><li>• Existência de um estudo prévio acerca do grupo de visitantes com mobilidade reduzida.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Percecionar se o museu contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li><li>• Verificar se a disponibilidade do colaborador com competências específicas para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida, abrange a totalidade do horário de abertura do museu.</li><li>• Verificar se o museu tem o cuidado de efetuar um estudo antecipado acerca do tipo de visitantes que irá receber, com o intuito de responder eficazmente às suas necessidades. Esta informação apenas se pode obter para visitas previamente marcadas.</li></ul>
<b>Grupo VII – Informação fornecida</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informação disponível em vários formatos;</li><li>• Existência de painéis interpretativos e placas de identificação;</li><li>• Existência de meios audiovisuais;</li><li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li><li>• Precisão da informação prestada;</li><li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li><li>• Atualização da informação.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li><li>• Verificar se o museu tem ao dispor dos visitantes com mobilidade reduzida um conjunto de critérios subjacentes a painéis interpretativos e placas de identificação;</li><li>• Averiguar a existência de meios audiovisuais que permitam dar resposta a necessidades específicas das pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li><li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> do museu, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li><li>• Percecionar se o museu complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li><li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li></ul>

## Apêndice 16 - Metodologia aplicada na entrevista específica das agências de viagens

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico das agências de viagens		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da agência de viagem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na agência;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade à agência via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se a agência possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de visitante com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a agência;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos visitantes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à empresa;</li> <li>Conhecimento de agências especializadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, enquanto figura representante da agência, possui informação acerca de que tipo de visitante engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Perceber se a empresa vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> <li>Compreender se a administração agência pensa, num futuro próximo, integrar o segmento em estudo na gestão política desta.</li> <li>Perceber se a agência recebe visitantes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura verificada.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de visitantes que adquire os produtos da empresa.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à entidade no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> <li>Perceber se a empresa tem conhecimento da existência de outras agências especializadas em turismo acessível.</li> </ul>

## Apêndices

<p><b>Grupo III – Acessibilidade nos serviços de venda de viagens</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delimitação de pacote de viagem acessível;</li> <li>• Caracterização dos pacotes de viagens acessíveis;</li> <li>• Existência de um pacote de viagem acessível específico para a cidade de Aveiro;</li> <li>• Quais os agentes da oferta que, segundo a agência, apresentam mais barreiras;</li> <li>• Que entidades englobariam num pacote de viagem acessível;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisar o que o entrevistado, enquanto figura representativa da agência, entende por pacote de viagem acessível</li> <li>• Perceber se os pacotes que a agência vende vão de encontro aos requisitos de acessibilidade que um visitante com mobilidade reduzida necessita</li> <li>• Verificar se existe à disposição das pessoas com mobilidade reduzida um pacote de viagem específico para a cidade de Aveiro</li> <li>• Verificar, segundo a ótica da agência, quais os agentes da oferta que apresentam um maior número de barreiras à participação em turismo por parte das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Verificar quais os agentes da oferta turística que a agência de viagem mais gostaria de incluir num pacote de viagem posteriormente vendido a pessoas com mobilidade reduzida.</li> </ul>
<p><b>Grupo VI – Formação do pessoal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Disponibilidade dos colaboradores com formação específica;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percecionar se a agência contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li> <li>• Verificar se a disponibilidade do colaborador com competências específicas para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida, abrange a totalidade do horário de abertura da entidade.</li> </ul>
<p><b>Grupo VII – Informação fornecida</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação disponível em vários formatos;</li> <li>• Preferência pela agência face a outra;</li> <li>• Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li> <li>• Precisão da informação prestada;</li> <li>• Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>• Complementaridade da informação escrita;</li> <li>• Atualização da informação;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li> <li>• Perceber se a entidade, pelas características de acessibilidade que possui, foi a escolhida aquando a tomada de decisão do visitante. Sabendo da dificuldade de obter esta resposta, pretende-se apenas conhecer se algum visitante comentou com a agência a sua preferência bem como as razões específicas.</li> <li>• Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>• Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da entidade, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.</li> <li>• Percecionar se a agência complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li> <li>• Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li> </ul>

## Apêndice 17 - Metodologia aplicada na entrevista específica dos restaurantes

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico dos restaurantes		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização do restaurante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar no restaurante;</li> <li>Tipo de serviços oferecidos;</li> <li>Acessibilidade ao restaurante via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar que tipo de serviços são oferecidos de forma a perceber quais estão realmente adaptados.</li> <li>Perceber se o restaurante possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de cliente com mobilidade reduzida;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de clientes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos clientes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas ao restaurante;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para o restaurante;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, como figura representante do restaurante, possui informação acerca de que tipo de cliente engloba o segmento de mercado do turismo acessível.</li> <li>Compreender se a administração do restaurante pensa, num futuro próximo, integrar o segmento em estudo na gestão política do restaurante.</li> <li>Perceber se o restaurante recebe clientes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de clientes que adquire os produtos do restaurante.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas ao restaurante no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> <li>Perceber se o entrevistado, como figura representativa do restaurante, vê o segmento de mercado do turismo acessível como vantajoso ao nível económico, social e cultural.</li> </ul>

## Apêndices

<p><b>Grupo III – Acessibilidade nas áreas comuns do restaurante</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nível de acessibilidade nas áreas comuns do restaurante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Com base nas questões específicas apresentadas nos estudos dos autores Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, et al., 2011; Poria, et al., 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011, pretende-se perceber se o restaurante possui características particulares de acessibilidade, que permitam a um visitante com mobilidade reduzida usufruir dos produtos sem que, para isso, tenha que ultrapassar determinadas barreiras.</li> </ul>
<p><b>Grupo IV – Acessibilidade no serviço de restauração</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de estabelecimento de restauração acessível;</li> <li>Caracterização de um conjunto de premissas segundo o seu nível de acessibilidade;</li> <li>Acessibilidade nas casas de banho.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisar o que o entrevistado, enquanto figura representativa do restaurante, entende por estabelecimento de restauração acessível.</li> <li>Perceber se o restaurante se encontra acessível segundo as variáveis definidas nos estudos dos seguintes autores: Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, et al., 2011; Poria, et al., 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011).</li> <li>Avaliar a acessibilidade às casas de banho à disposição no interior do quarto e nas áreas comuns, com base nos estudos dos seguintes autores: Buhalis &amp; Michopoulou, 2011; Cameron &amp; Darcy, 2012; Darcy, 1998, 2010a, 2010b; Darcy, et al., 2011; Darcy &amp; Pegg, 2011; Eichhorn &amp; Buhalis, 2011; Ghijssels, 2012; Michopoulou &amp; Buhalis, 2011; Ozturk, et al., 2008; Papamichail, 2012; Poria, Reichel, &amp; Brandt, 2011; Shaw &amp; Veitch, 2011; Small &amp; Darcy, 2011; Turismo de Portugal (2012) Guia de acessibilidade)</li> </ul>
<p><b>Grupo VI – Formação do pessoal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de colaboradores com formação adequada e específica para receber pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>Disponibilidade dos colaboradores com formação específica;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o restaurante contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li> <li>Verificar se a disponibilidade do colaborador com competências específicas para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida, abrange a totalidade do horário de abertura da entidade.</li> </ul>
<p><b>Grupo VII – Informação fornecida</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informação disponível em vários formatos;</li> <li>Preferência pelo restaurante face a outro;</li> <li>Acessibilidade na navegação pelo <i>site</i>;</li> <li>Precisão da informação prestada;</li> <li>Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>Complementaridade da informação escrita;</li> <li>Atualização da informação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li> <li>Perceber se o restaurante, pelas características de acessibilidade que possui, foi o escolhido aquando a tomada de decisão do visitante. Sabendo da dificuldade de obter esta resposta, pretende-se apenas conhecer se algum visitante comentou com algum colaborador do restaurante a sua preferência bem como as razões específicas.</li> <li>Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> do restaurante, e se esta vai</li> </ul>

## Apêndices

- de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem.
- Percecionar se o restaurante complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.
  - Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.



## Apêndice 18 – Metodologia aplicada na entrevista específica dos transportes rodoviários

Fonte: elaboração própria

Entrevista exploratória: O caso específico dos transportes rodoviários		
Grupo de Questões:	Informação a obter	Objetivos
<b>Grupo I – Caracterização da empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pessoas a operar na empresa;</li> <li>Natureza da empresa</li> <li>Acessibilidade à empresa via web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar o número de empregados total com aqueles que são capazes de dar resposta às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Percecionar se a empresa entrevistada é de natureza pública, privada ou público-privada.</li> <li>Perceber se a empresa possui <i>site</i> oficial para posteriormente comparar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo II – Perfil dos passageiros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delimitação de passageiro com mobilidade reduzida;</li> <li>Atratividade do segmento em estudo para a empresa;</li> <li>Prática de uma política que integre a igualdade de experiências;</li> <li>Qual a quota de mercado de clientes com mobilidade reduzida;</li> <li>Perfil dos clientes com mobilidade reduzida;</li> <li>Sugestões dirigidas à entidade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se o entrevistado, como figura representante da empresa, possui informação acerca de que tipo de passageiro engloba o segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Perceber se a entidade vê o segmento de mercado das pessoas com mobilidade reduzida como vantajoso ao nível económico, social e cultural. Compreender se a administração da empresa pensa, num futuro próximo, integrar o segmento em estudo na gestão política da entidade.</li> <li>Perceber se a empresa recebe clientes com mobilidade reduzida, e qual a evolução da procura.</li> <li>Avaliar, segundo o seu perfil, o tipo de clientes que adquire viagens de transporte rodoviário.</li> <li>Entender o tipo de sugestões que têm sido feitas à empresa no sentido de melhorar a sua acessibilidade.</li> </ul>
<b>Grupo IV – Acessibilidade nos transportes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A globalidade da frota da empresa é acessível;</li> <li>Existência de uma linha específica para pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>Informação acerca dos horários do autocarro adaptado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perceber se todos os autocarros disponíveis respondem às necessidades especiais das pessoas com mobilidade reduzida, como entrada acessível, lugar adaptado, espaço de circulação, entre outros.</li> <li>Averiguar se a empresa, através de uma política específica de acessibilidade a</li> </ul>

## Apêndices

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sinal de stop acessível;</li> <li>Existência de sistema de som dentro do autocarro;</li> <li>Delimitação de paragens de autocarro acessíveis</li> </ul>	<p>todos, já possui uma linha de autocarro específica para pessoas com mobilidade reduzida.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perceber se a empresa, nos horários que disponibiliza, informa quais as viagens que asseguradas por autocarros adaptados.</li> <li>Percecionar se existe nos autocarros um sistema de som integrado que permita ao passageiro saber em que paragem se encontra, bem como se o sinal de stop se encontra localizado a uma determinada altura que permita o seu alcance a pessoas com mobilidade reduzida.</li> </ul>
<b>Grupo VI – Formação do pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de colaboradores com formação adequada e especializada para receber pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>Disponibilidade dos colaboradores com formação específica;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percecionar se a empresa contratou algum colaborador que consiga dar resposta às diferentes necessidades especiais de um visitante com mobilidade reduzida. Caso não o tenha realizado, se pensa num futuro próximo empregar alguém com capacidades para tal. Se por outro lado possui um ou mais colaboradores capazes de dar resposta às pessoas com mobilidade reduzida, que tipo de formação detêm.</li> <li>Verificar se a disponibilidade do colaborador com competências específicas para dar resposta às necessidades especiais dos visitantes com mobilidade reduzida, abrange a totalidade do horário de abertura da entidade.</li> </ul>
<b>Grupo VII – Informação fornecida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informação disponível em vários formatos;</li> <li>Precisão da informação prestada;</li> <li>Informação que vai de encontro à necessidade das pessoas com mobilidade reduzida;</li> <li>Complementaridade da informação escrita;</li> <li>Atualização da informação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perceber se para cada tipo de necessidade específica existe informação que possa ser disponibilizada ao visitante.</li> <li>Avaliar se o <i>site</i> está acessível a todo o tipo de pessoas com mobilidade reduzida.</li> <li>Avaliar a qualidade da informação prestada no <i>site</i> da empresa, e se esta vai de encontro às necessidades que as pessoas com mobilidade reduzida requerem</li> <li>Percecionar se a empresa complementa a informação escrita com informação visual, fator determinante aquando a escolha onde pernoitar.</li> <li>Compreender se a informação que disponibilizam é constantemente atualizada por forma a eliminar possíveis barreiras.</li> </ul>