

# Destinos turísticos acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida – Uma realidade?: O caso da cidade de Aveiro

ANDREIA SOARES \* [ andreasofia.soares@gmail.com ]

ZÉLIA BREDA \*\* [ zelia@ua.pt ]

**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 incipiente, e carece de estratégias e programas de desenvolvimento que vão ao encontro do segmento de mercado do turismo acessível. O presente artigo pretende, desta forma, analisar diferentes níveis de acessibilidade, especificamente no que diz respeito às pessoas com mobilidade reduzida, no contexto da cidade de Aveiro. Pretende-se perceber as principais barreiras existentes, bem como verificar 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 segmento de mercado. A metodologia para a recolha dos dados primários consistiu na administração de entrevistas semiestruturadas a vários agentes da cidade. Os resultados apontam para a existência de um nível de acessibilidade bastante baixo que, juntamente com outros fatores, como a falta de conhecimento acerca do segmento de mercado em estudo, colocam a cidade na primeira fase de um destino acessível – o da consciencialização.

**Palavras-chave** | Turismo acessível, Mobilidade reduzida, Destinos, Oferta turística, Aveiro.

**Abstract** | The emerging need to adapt tourism 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 article, 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 consisted of semi-structured interviews to several stakeholders in the city, and the collected information was analyzed using the method of content analysis. Results show that organizations are still characterized by the existence of a very low level of accessibility, which, coupled with other factors, such as lack of knowledge about this market segment, place the city of Aveiro at the first step of the evolutionary phases of an accessible destination – the awareness stage.

**Keywords** | Accessible tourism, Reduced mobility, Destinations, Tourism supply, Aveiro.

\* **Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro.

\*\* **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Auxiliar** da Universidade de Aveiro, e Membro Integrado da unidade de investigação Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP).

## 1. Introdução

Face a uma necessidade implícita de cooperação orquestrada das capacidades físicas, mentais e sociais, que são frequentemente afetadas ou comprometidas por uma deficiência (Yau, McKercher & Packer, 2004), viver com uma determinada necessidade especial implica ultrapassar desafios constantes mas, ao mesmo tempo, permite obter experiências ímpares. O setor do turismo, enquanto elemento necessário num sistema de relações económicas, sociais e culturais, deverá, assim, estar ciente da existência de cidadãos que, através de direitos adquiridos, e segundo um conjunto de necessidades expansíveis a vários níveis, veem nele um forte elo de ligação entre a participação numa qualquer comunidade e o seu desenvolvimento enquanto pessoas (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou & Miller, 2005; Darcy, Cameron, Dwyer, Taylor & Wong, 2008; Darcy & Dickson, 2009; Devile, 2009).

Com o intuito de aprofundar um dos temas que emerge no quadro da investigação científica em turismo, pretende-se abordar um novo nicho de mercado que, pelas suas características peculiares, demonstra ser transversal a todos os segmentos já abordados na literatura turística existente – o mercado do turismo acessível. Especificamente, o presente artigo pretende analisar diferentes níveis de acessibilidade, especificamente no que diz respeito às pessoas com mobilidade reduzida, no contexto dos destinos turísticos.

A estrutura do artigo passa, numa primeira fase, pela revisão de literatura em relação a conceitos importantes para a conceção de todo o estudo, nomeadamente mobilidade, acessibilidade, incapacidade, dando especial enfoque ao conceito de turismo acessível. São ainda analisadas as motivações à participação em turismo por parte deste segmento da procura turística, com particular atenção ao processo de tomada de decisão. Apesar da oferta turística começar a dar respostas integradas e inclusivas aos que possuem necessidades especiais, estes continuam a defrontar-se com barreiras

generalizadas no acesso aos produtos, devido a vários fatores, como, por exemplo, a ausência de políticas e normas adequadas, atitudes negativas ou carência de prestação de serviços devidamente adaptados (OMS, 2001). Desta forma, são também apresentadas as principais barreiras à participação em turismo referentes ao segmento de mercado em estudo. Numa segunda fase são analisados os resultados obtidos ao nível de um estudo de caso, apresentando-se as conclusões relativas ao nível de acessibilidade da oferta turística na cidade de Aveiro.

## 2. O conceito de mobilidade, acessibilidade e incapacidade

Com um crescimento considerável no que diz respeito ao interesse em viajar, tem-se registado uma certa dificuldade por parte do setor em corresponder positivamente a todo um conjunto de necessidades por parte dos visitantes com mobilidade reduzida. Todavia, ao longo dos últimos vinte anos, tem ocorrido uma grande mudança na forma como este é percecionado pela sociedade (Veitch & Shaw, 2011), o que originou que conceitos como mobilidade, acessibilidade e incapacidade comessem a fazer parte das agendas internacionais, e da geração de conhecimento em diferentes áreas de estudo.

Os princípios básicos da mobilidade encontram-se estritamente ligados ao direito à liberdade, à condição de independência, à oportunidade e à modernidade (Kellerman, 2011; Teles, 2009), influenciando direta, ou indiretamente, os estilos de vida de um ser humano com algum tipo de restrição física e/ou psicológica (Santos, 2006). Estes deverão funcionar em rede, pois um dos fatores que tem conduzido à construção de espaços/cidades inacessíveis é a falta de cruzamento de informação nas diferentes áreas de estudo científico, bem como entre as diversas entidades reguladoras (Silva, Costa & Macedo, 2009).

A mobilidade tende, segundo Santos (2006), a revelar um papel cada vez mais ativo no âmbito das

políticas de ordenamento e planeamento urbano. Daí a literatura recente enfatizar uma nova cultura de mobilidade, assente numa conceção mais abrangente, onde se toma em atenção as exclusões e os sectores que representam as (i)mobilidades de hoje.

Paralelamente, o conceito de acessibilidade tem vindo a ser desenvolvido segundo diferentes indicadores (Curtis & Scheurer, 2010). Este não é unicamente um problema social, nem diz respeito apenas ao ambiente construído e às barreiras físicas. Alguns autores defendem que a questão da acessibilidade deve assentar também na implementação de condições referentes à acessibilidade informacional (Darcy et al., 2008). Darcy (1998) chama a atenção, em particular, 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 têm dificuldades na fala, na escrita, e/ou na linguagem.

O conceito referido caracteriza-se por ser multifacetado, com uma grande variedade de operacionalizações, e que apresenta uma tendência de medidas cada vez mais complexas (Neutens, Schwanen, Witlox & Maeyer, 2008). Este, ao ser considerado um direito de todos, não deverá estar associado apenas a pessoas com mobilidade reduzida, ou com algum tipo de incapacidade duradoura ou temporária (Darcy & Dickson, 2009; ENAT, 2007), pois quase todas as pessoas, em determinados momentos das suas vidas, terão necessidades de acesso (Darcy & Dickson, 2009).

Associado a este conceito existe um outro que permite que a barreira conceptual seja ultrapassada e implementada na prática. *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. O seu principal objetivo é o (re)desenho do ambiente construído e de produtos e/ou serviços, para que toda a população possa usufruir e participar da vida em comunidade, em segurança, com autonomia e

funcionalidade (Mace, Hardie, & Place, 1991; Peixoto & Neumann, 2009).

Importa ainda abordar o conceito de incapacidade. Esta assenta, à semelhança do que sucede com os conceitos atrás referidos, em abordagens e conceções que mudam consoante o período histórico, e o contexto social e cultural em que são delimitadas (Darcy, 2003).

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 à qual deu a denominação de Classificação Internacional de Impedimentos, Deficiências e Desvantagens (ICIDH). Contudo, no decorrer do ano de 2001, a nova classificação exposta pela mesma organização, Classificação Internacional de Funcionalidade (ICF), expõe uma renovada abordagem assente nas premissas: função/estrutura do corpo, atividades e participação (OMS, 2001). Estas duas grandes classificações desenvolveram-se com base em dois modelos distintos (Darcy, 2003, 2007; OMS, 2001). Se a primeira adapta para si um modelo médico que sustém todos os conceitos/delimitações de incapacidade, deficiência e desvantagem, e define o problema da deficiência no indivíduo como uma ‘tragédia pessoal’, causado por uma doença ou trauma (Oliver, 1996, citado por Buhalis & Darcy, 2011, p. 25), a segunda baseia-se no modelo social para defender que a funcionalidade de um indivíduo num domínio específico é uma interação, ou relação, complexa entre a sua condição de saúde e os fatores contextuais – fatores sociais e ambientais (OMS, 2001). Segundo o modelo teórico ICF, a incapacidade advém 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.

### 3. Turismo acessível

Numa breve viagem histórica pelos diferentes momentos importantes para o desenvolvimento do turismo acessível, verifica-se que foi apenas em 1975 que surgiu a primeira declaração específica para as pessoas com mobilidade reduzida – Declaração Universal dos Direitos das Pessoas com Incapacidade –, promulgada pelas Nações Unidas.

No ano de 1980, aquando a publicação da Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial, editada pela Organização Mundial de Turismo, surge pela primeira vez a associação do termo acessibilidade ao turismo (Pérez & Velasco, 2003). Esta declaração evocou o turismo como um direito fundamental e um instrumento essencial para o desenvolvimento humano, bem como 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 de turismo acessível (Guerra, 2003) num relatório, apresentado por um grupo de especialistas da área da incapacidade e do turismo, intitulado *Turismo para todos*.

A Comissão Europeia, em 1996, edita 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).

No que se refere ao caso português, o primeiro *Plano de ação para a integração das pessoas com incapacidade* data de 2006. 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. O *I Congresso Nacional de Turismo Acessível* realizou-se, em 2007, na Lousã, o que permitiu

percecionar o estado da arte no nosso país, bem como apresentar e divulgar boas práticas no contexto nacional na área do turismo acessível.

#### 3.1. O conceito

São escassas as pesquisas cujo enfoque principal se centra na conceptualização científica do conceito ‘turismo acessível’ ou ‘turismo para todos’. Contudo, existem já diferentes vertentes – social, económica, ambiental, política e cultural – deste conceito. O turismo acessível abrange 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, sob a forma de grupo do sistema turístico que, devido às suas especificidades e à sua ação, demonstra ser um elemento 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 beneficiarão todo o sistema turístico. Para tal, é necessário consciencializar todos estes intervenientes do sistema para o verdadeiro significado do turismo acessível, bem como para as suas reais implicações.

O grupo de consumidores, como referem algumas definições, não abrange apenas parte de um nicho de mercado específico que é o das pessoas com mobilidade reduzida (Moura & Kastenzholz, 2010). Denote-se que as definições mais recentes, como é o caso das apresentadas por autores como Darcy e Dickson (2009) e Devile (2009), têm um enfoque 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 (Kastenholz, Carvalho, Pinho & Azevedo, 2009), que em determinado contexto se encontrem em condições peculiares de saúde, idade ou situação familiar, requerentes de cuidados especiais, temporários ou permanentes (Kastenholz et al., 2009).

### 3.2. A procura turística

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

Como referem Buhalis e Michopoulou (2011, p. 148), segmentar este mercado turístico implica a resolução de alguns desafios críticos assentes em três premissas: (i) relevância, no sentido de perceber de que forma o segmento é importante para o destino; (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; (iii) impacto, que deverá ser positivo, visando uma segmentação assente numa estratégia global de marketing. Em suma, se os vetores usados forem relevantes, oportunos e positivos, o destino infere numa oportunidade de negócio (Buhalis & Michopoulou, 2011).

Assim, e atendendo a esta conceção, importa referir que todos os agentes da oferta turística devem estar conscientes de que 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. Burnett e Baker (2001), Packer, Mckercher e Yau (2007) e Yau et al. (2004) estudaram o processo de tomada de decisão dos visitantes com mobilidade reduzida. Baseada nestes autores, a figura 1 pretende sistematizar as fases pelas quais um visitante tem de passar até alcançar uma experiência turística global.

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 que precedem a decisão de viajar. 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). 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”.

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, 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, o que poderá determinar a ocorrência, ou não, de uma nova viagem.

Fase 1	Fase 2	Fase 3
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estágio 1: Aceitação</li> <li>- Estágio 2: Integração</li> <li>- Estágio 3: Avaliação Ambiente Actividades Benefícios Acessibilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estágio 4: Planeamento da viagem Pesquisa de informação</li> <li>- Estágio 5: Deslocação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estágio 6: Reflexão</li> </ul>

Fonte: Burnett e Baker (2001), Packer et al. (2007), Yau et al. (2004).

Figura 1 | Fases do processo de tomada de decisão.

Todo o processo de decisão é influenciado, num primeiro estágio, por um conjunto de motivações internas e externas ao indivíduo. Neumann e Reuber (2004, p. 18), aquando da análise comparativa das principais motivações para viajar entre os turistas com e sem mobilidade reduzida, concluíram que aqueles que possuem algum condicionamento de mobilidade apresentam, como principais motivações para viajar, os fatores presentes na figura 2. Num outro estudo, realizado por Kastenholtz, Eusébio, Moura e Figueiredo (2010), é possível identificar as principais motivações das pessoas com algum tipo de mobilidade reduzida, que poderão vir a usufruir de uma experiência turística, para a participação em atividades recreativas no destino (Figura 3).

Embora conceptualizadas segundo óticas diferentes, as motivações apresentadas vão ao encontro da ideia 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.

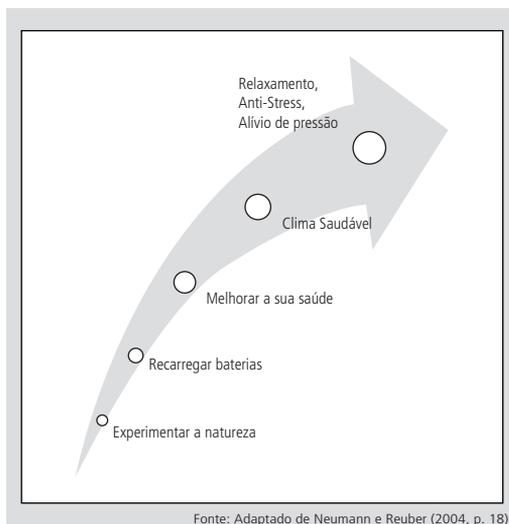


Figura 2 | Motivações à participação em turismo.

### 3.3. A oferta turística

O acesso a diferentes componentes do sistema da oferta turística (recursos turísticos, infraestruturas, acessibilidades e transportes, superestruturas, hospitalidade e acolhimento) caracteriza-se, por vezes, pela existência de barreiras 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 et al., 2008), e afetam o desejo de viajar do segmento de mercado em estudo. 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; 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 cientes da complexidade das barreiras existentes num destino (Darcy, 2007), assim como da diversidade de ações necessárias para a eliminação completa das mesmas

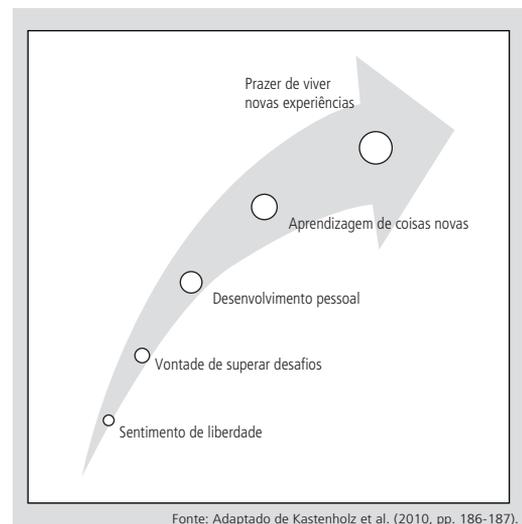


Figura 3 | Motivações à participação em atividades recreativas.

(Daniels, Rodgers & Wiggins, 2005), de modo a que a organização social destes seja sustentável, e vá ao encontro dos princípios do 'Desenho Universal'. 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).

O primeiro trabalho científico a abordar conceptualmente as barreiras que afetam especificamente os indivíduos com mobilidade reduzida data de 1987. Classificadas segundo três grandes grupos, Smith (1987, citado por Daniels et al., 2005) catalogou-as como intrínsecas, ambientais e interativas, sugerindo que a sua combinação leva à inibição da participação em atividades turísticas. Estudos posteriores foram mais além, ao apontar que os inibidores não afetam somente a participação em turismo, mas também a experiência turística global (Foggin, 2011), 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).

De acordo com a extensa revisão de literatura realizada acerca deste subtema, as barreiras que os visitantes com mobilidade reduzida têm de enfrentar podem ser subdivididas em (i) ambientais, (ii) intrínsecas, (iii) interativas e (iv) económicas.

- i). 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 planeado e desenvolvido de forma sustentável.
- ii). 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.
- iii) 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., 2007). 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., 2007).

- iv) As barreiras económicas dizem respeito ao rendimento disponível e aos gastos adicionais que estes têm de despende para obterem alguns serviços adicionais, como assistência personalizada, transporte, equipamento extra, entre outros..

#### 4. Metodologia

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 em relação ao segmento do mercado em estudo. Embora o conceito de turismo acessível seja mais abrangente, englobando qualquer tipo de limitação do indivíduo, este estudo incide apenas sobre as pessoas com mobilidade reduzida. 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 adequados a este público, são aspetos aos quais esta investigação pretende dar resposta.

O estudo foi aplicado à cidade de Aveiro, mais precisamente às freguesias da Vera Cruz e Glória (centro da cidade). Esta delimitação espacial deve-se ao facto de ser esta a zona onde existe uma maior concentração de agentes da oferta turística. Após a identificação dos *stakeholders* a operar nessa área geográfica, procedeu-se à definição da amostra (n=34), que engloba empreendimentos

turísticos (11 hotéis), agências de viagens (3), postos de informação turística (2), entidades culturais, desportivas e de lazer (5 museus, 1 teatro e 4 empresas de animação turística), empresas de transportes (2), restaurantes (5) e associações (1). A técnica de amostragem escolhida foi a amostragem por conveniência.

Durante o trabalho empírico foi aplicada a observação não participante, mais especificamente a observação direta, e os dados recolhidos junto dos *stakeholders* foram obtidos através de inquérito por entrevista semiestruturada. Do total das entidades contactadas para fazer parte da investigação, apenas 17 concordaram em participar, o que representa uma taxa de resposta de 50. A análise dos dados obtidos foi efetuada com o recurso à análise de conteúdo.

## 5. Apresentação e análise dos resultados

### 5.1. Todas as entidades

A correta delimitação do segmento de mercado do turismo acessível, por parte dos agentes da oferta turística na cidade de Aveiro, é ainda bastante reduzida. A sua conceptualização é vaga, pouco estruturada, generalista e com maior incidência nas pessoas com cadeira de rodas. Para os entrevistados, quando se faz referência a pessoas com mobilidade reduzida, está-se a falar “daqueles que possuem alguma dificuldade na utilização/aquisição de produtos turísticos”, de “pessoas com mobilidade condicionada, como por exemplo, as pessoas em cadeiras de rodas”, ou daqueles que possuem “deficiência motora e incapacidade invisual e/ou auditiva”. Esta falta de conhecimento pormenorizado pode, e numa primeira fase, ser justificada pelo facto de ser recente a consciencialização, por parte da sociedade, para a existência deste mercado. Esta premissa vai 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 em geral, ainda não possuem um conhecimento correto, completo e pormenorizado acerca do turismo acessível.

No que diz respeito às políticas de gestão, nomeadamente em relação às diretrizes adotadas tendo em conta as pessoas com mobilidade reduzida, e a sua sustentação em princípios de igualdade de experiências, verifica-se que a maioria dos inquiridos confirma a sua existência, o que vem demonstrar uma tímida, mas evolutiva, preocupação em relação ao segmento em estudo. Contudo, podemos aferir também que, em dois casos, a política de gestão das entidades não tem em atenção as pessoas com mobilidade reduzida. Segundo estas, o número de visitantes deste segmento é ainda bastante reduzido, não se “justifica[ndo] uma política [...] nem uma ação de marketing específica”.

Grande parte dos entrevistados tem, no entanto, consciência do potencial de crescimento deste mercado, nomeadamente devido ao conhecimento que têm sobre o segmento sénior e não tanto sobre o segmento das pessoas com algum tipo de incapacidade. A diversidade de respostas a este tema está, também, associada à atratividade do segmento. Enquanto alguns dos entrevistados têm uma política 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.

Circunscrevida no grupo de barreiras interativas, a falta de atendimento adequado e especializado carece ainda de atenção por parte dos gestores turísticos. Os resultados desta investigação permitem afirmar que nenhuma das entidades inquiridas possui colaboradores com formação específica sobre pessoas com mobilidade reduzida.

A disponibilização 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. Das 17 entidades entrevistadas, apenas 14 possuem site oficial. A leitura cuidada dos dados recolhidos junto dos respetivos *sites* 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 resposta. Contudo, facilmente se percebe que esta não corresponde a um requisito bastante apreciado pelos visitantes: o da complementaridade da informação com fotografias.

## 5.2. Alojamento

A sensibilização da necessidade de prestação de um serviço de alojamento acessível é bastante relevante para um visitante com mobilidade reduzida. Contudo, quando questionados acerca das medidas aplicadas na remoção das barreiras, as respostas foram perentórias ao afirmar que “em geral se resumiram apenas às previstas na legislação”, pois a procura não justificava um investimento adicional.

Foi possível verificar que, embora os espaços comuns dos estabelecimentos de alojamento não possuam muitas barreiras, 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 de continuamente enfrentar situações constrangedoras. As principais barreiras existentes dizem respeito à altura do balcão de atendimento, à inexistência de identificação tátil das várias instalações, bem como de sinais visuais e/ou auditivos de direção e acesso.

O número de quartos adaptados que cada hotel possui, bem como o seu critério de localização, foram também alvo de estudo. Verifica-se que existe, 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 possuem dois quartos reservados a pessoas com mobilidade reduzida.

Tendo em conta os elementos que permitem ‘medir’ a acessibilidade dos quartos, foi solicitado aos gestores que indicassem se a oferta disponível vai ao encontro das premissas identificadas na literatura. Assim, verificou-se que as principais barreiras prendem-se com a “inexistência de superfícies tácteis informativas”, “inacessibilidade aos controlos da cama”, “falta de espaço próprio para a estada do cão-guia”, “falta de acesso ao varão do roupeiro, bem como aos respetivos cabides” e “inexistência de sinal de emergência audível e visível”. Contudo, quando analisada a acessibilidade à casa de banho privativa existente no quarto adaptado, na sua grande maioria estas estão desprovidas de barreiras significativas. 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.

Este é, em suma, um dos subsetores do turismo que apresenta um grande 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.

## 5.3. Postos de informação turística

Embora a informação prestada aos visitantes seja completa, precisa, atualizada e complementada com imagens, as entidades públicas com responsabilidade ao nível da promoção e informação turística não possuem qualquer brochura informativa específica para o turismo acessível. Continua igualmente a imperar a inexistência de informação em braille, ou com imagens em relevo para invisuais.

Além da informação e material disponibilizado, também foi alvo de análise a acessibilidade ao interior da entidade. Na globalidade, existe, em ambas as

entidades, um conjunto significativo de barreiras que dificultam o pleno acesso aos serviços informativos. Denota-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. Em suma, as entidades carecem ainda de uma política integrada de desenvolvimento sustentável no que se refere à prestação de serviços informativos.

#### 5.4. Animação turística

No que concerne às empresas que comercializam viagens de moliceiro ao longo da Ria de Aveiro procurou saber-se se os clientes, aquando do usufruto das viagens, se sentiam seguros. As respostas foram positivas, indicando que situações constrangedoras, como o não usufruto dos serviços da empresa pela existência de barreiras, nunca tinham sucedido. Contudo um dos entrevistados 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.

Relativamente à empresa de animação que efetua visitas guiadas a pé 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. Caso exista, a visita é organizada consoante as características desses 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 com formação, possibilitando ao visitante perceber todo o percurso efetuado. De ressaltar ainda que sempre que um grupo possui mais de vinte pessoas, este é acompanhado por dois guias, o que permite ultrapassar possíveis barreiras encontradas ao longo do percurso. As barreiras

encontradas com maior frequência prendem-se com as que estão diretamente ligadas à arquitetura da cidade e dos edifícios. Aquando desta situação, os guias tentam minimizar as barreiras, sendo, por vezes, os próprios visitantes a apresentar soluções, uma vez que estão constantemente a lidar com esse tipo de situações. Essa informação é, sem dúvida, extremamente valiosa, enriquecendo o conhecimento da empresa acerca deste mercado, o que contribui sucessivamente para a melhoria do serviço prestado.

O teatro 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 necessário. Isto reflete-se no que, para a entidade, 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”. De facto, comprova-se que o nível de acessibilidade desta entidade é elevado, pois somente não possui 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 verificam.

O último caso a ser estudado refere-se a um museu, que desde logo, e devido às suas características arquitetónicas, possui uma parte completamente acessível a visitantes com mobilidade reduzida (fruto de renovação recente), enquanto a outra parte – a monumental –, ainda não é acessível, embora esse seja um objetivo da direção.

Apesar desta situação, que dificulta a completa acessibilidade ao museu, foi possível 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, a existência de balcão de receção com uma altura elevada, a ausência de exposições adaptadas, segundo diferentes formatos linguísticos e auditivos, e a carência de um sistema de alarme preparado para pessoas surdas ou invisuais. Contudo, possui entrada acessível, rampas de acesso, elevador, bons níveis de iluminação, sinais visuais de direção e acesso, espaço de circulação, casas de banho adaptadas, acessibilidade aos espaços comuns e permissão para a entrada de cão guia.

Em relação aos painéis interpretativos e placas de identificação, que são dos elementos mais frequentemente citados na literatura, é possível 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 necessidades 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.

### 5.5. Restauração

A entrevista realizada aos estabelecimentos de restauração 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 facilmente se deduz que o nível geral de acessibilidade é ainda baixo. Barreiras específicas como altura do balcão, inexistência de lugares de estacionamento reservados a pessoas com mobilidade reduzida, ausência de identificação tátil das várias instalações e entrada inacessível estão ainda patentes no espaço físico dos restaurantes entrevistados.

Segundo a revisão de literatura efetuada, os visitantes geralmente apontam a altura das mesas como o fator mais impeditivo para o pleno usufruto

destes espaços. Nos casos analisados, esta premissa não se verifica, sendo a altura e o desenho das mesas acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida. Contudo, falta uma política que integre a conceção de um cardápio em formato adaptado para invisuais, para que tal barreira seja colmatada.

Por fim, e no que diz respeito ao terceiro tema, um dos restaurantes não possui casa de banho adaptada. 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.

### 5.6. Transporte rodoviário

A entidade entrevistada possui duas viaturas próprias, de dezoito lugares, para o transporte de pessoas com mobilidade reduzida. Equipadas para deslocar pessoas em cadeira de rodas, estas viaturas possuem uma plataforma elevatória que facilita o acesso ao seu interior. Este é, sem dúvida, um fator determinante e bastante importante para o destino em estudo, podendo 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 deparar-se 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 qual autocarro irá fazer o percurso e se este é acessível ou não.

### 5.7. Considerações gerais acerca do destino

O desenvolvimento de um destino acessível assenta em 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 um conjunto de serviços de qualidade que permite a diferenciação face a outros destinos.

Se tivermos em conta, segundo os resultados anteriormente apresentados, que os serviços providenciados pelas entidades inquiridas apresentam ainda um nível de acessibilidade bastante baixo, em que se verifica a existência, e permanência, de vários tipos de barreiras, pode-se concluir que o destino, segundo o lado da oferta, se encontra ainda na fase de consciencialização. Face a este cenário, os agentes da oferta da cidade de Aveiro deverão desenvolver estratégias e trabalhar para que todas as barreiras existentes sejam minimizadas. No entanto, é necessário um maior conhecimento acerca do mercado, sem o qual os gestores não serão capazes de criar planos de ação e políticas que permitam oferecer um nível de acessibilidade elevado àqueles que, num determinado momento da sua vida, têm necessidade de condições especiais de acessibilidade e mobilidade.

## 6. 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. O turismo, enquanto atividade impulsionadora para o bem-estar humano, foi 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 – turismo acessível –, que abrange não apenas pessoas com deficiência, mas também 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 pelas entidades gestores dos destinos e as diretrizes da sua governança devem ter sempre em atenção que o turismo deve ser 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, intrínsecas e ambientais), para que os visitantes não se sintam excluídos, e vejam os seus direitos garantidos.

A investigação permitiu, desta forma, dar a conhecer a importância crescente do segmento do mercado do turismo acessível. Ao nível do estudo de caso, foi possível verificar que a oferta turística da cidade de Aveiro ainda não está totalmente consciencializada, e adaptada, para receber as pessoas com necessidades especiais. De uma forma geral, para além das barreiras físicas, as principais limitações existentes no destino prendem-se com um conhecimento generalista, pouco estruturado e incompleto no que diz respeito ao segmento de mercado em estudo. A inexistência de informação acessível a todos é também uma realidade. 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 falta de adaptabilidade ao segmento do turismo acessível por parte dos agentes da oferta entrevistados, vai ao encontro de grande parte da

literatura analisada, em que a presença de barreiras e a imposição de verdadeiros entraves à participação em turismo por parte das pessoas com mobilidade reduzida é ainda elevada. Há um longo caminho a percorrer, caso Aveiro pretenda diferenciar-se, face a outros destinos, pela sua capacidade em dar resposta ao segmento do mercado do turismo acessível.

## Referências bibliográficas

- 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.
- 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., & Darcy, S. (2011). *Accessible tourism: Concepts and issues*. USA: Channel View Publications.
- 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.
- Carneiro, M. J. (2010). Acesso ao turismo: Um direito e um desafio. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho e I. Carneiro (Eds.), *Turismo acessível: Estudos e experiências* (pp. 19-21). Mangualde: Pedago.
- 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. (2007). Flying with impairments: Improving airline practices by understanding the experiences of people with disabilities. In N. R. Moisey & W. C. Norman (Eds.), *Beating the Odds with Tourism Research! Proceedings of the TTRA Annual Conference* (pp. 61-70). Las Vegas: The Travel and Tourism Research Association.

- Darcy, S., Cameron, B., Dwyer, L., Taylor, T., & Wong, E. (2008). *Visitor accessibility in urban centers*. 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.
- Devile, E. (2009). O desenvolvimento do turismo acessível: Dos argumentos sociais aos argumentos de mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 39-46.
- European Network for Accessible Tourism [ENAT] (2007). *Services and facilities for accessible tourism in Europe*. ENAT.
- 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.
- 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, L. (2003). *Tourism for all: Organizing trips for physically disabled customers*. MA in European Tourism Management, Bournemouth University, Bournemouth.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário* (2ª ed.). Lisboa: Sílabo.
- 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., 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. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo acessível: Estudos e experiências* (pp. 171-191). Mangualde: Pedagogo.
- Kellerman, A. (2011). Mobility or mobilities: Terrestrial, virtual and aerial categories or entities? *Journal of Transport Geography*, 19, 729-37.
- 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*, 33(3), 569-579.
- Mace, R., Hardie, G., & Place, J. (1991). *Accessible environments: Toward universal design*. Raleigh: North Carolina State University.
- Montes, R., & Aragall, F. (2009). Turismo acessível ou turismo para todos? Sustentabilidade do negócio. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 141-145.
- Moura, A., & Kastenholz, 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: Pedagogo.
- 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.
- Organização Mundial de Saúde [OMS] (2001). *International classification of functioning, disability and health*. Geneva: Organização Mundial de Saúde.
- Packer, T., Mckercher, B., & Yau, M. (2007). Understanding the complex interplay between tourism, disability and environmental contexts. *Disability & Rehabilitation*, 29(4), 281-292.
- Peixoto, N., & Neumann, P. (2009). Factores de sucesso e propostas de ações para implementar o 'Turismo para todos': Relevância económico-social. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 147-154.
- Pérez, D., & Velasco, D. (2003). *Turismo accesible: Hacia un turismo para todos*. Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais* (5ª ed.). Lisboa: Gradiva.
- Santos, P. (2006). Mobilidades e percepções na "região urbana" de Coimbra. *Cadernos de Geografia*, 24/25, 279-292.
- Silva, A., Costa, M., & Macedo, M. (2009). Multiple views of sustainable urban mobility: The case of Brazil. *Transport Policy*, 15, 350-360.
- Takeda, K., & Card, J. (2002). U.S. Tour operators and travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 47-61.
- 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.
- 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.
- Yau, M., Mckercher, B., & Packer, T. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.