

O Desenvolvimento do **Turismo Acessível**: dos Argumentos Sociais aos Argumentos de Mercado

EUGÉNIA LIMA DEVILE * [eugenia@esec.pt]

1. Introdução

A reflexão sobre as questões associadas à melhoria da qualidade de vida e à igualdade de oportunidades das pessoas com incapacidade tem vindo chamar a debate a participação das pessoas com incapacidade nas actividades turísticas e de lazer. Assim, a discussão em torno dos aspectos 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 aspecto essencial na qualidade de vida, devendo por isso estar ao alcance de todas as pessoas, independentemente das suas condições físicas, económicas ou sociais.

Mesmo assim, grande parte das pessoas com algum tipo de incapacidade encontra inúmeras dificuldades no acesso às actividades turísticas, nomeadamente pela existência de barreiras nos diferentes componentes do produto turístico, o que parece denotar alguma falta de atenção por parte dos agentes do sector do turismo e, do mesmo modo, algum desinteresse do ponto de vista da investigação académica.

O presente artigo procura, assim, em primeiro lugar, enquadrar estes temas do ponto de vista conceptual, analisando as principais questões de acessibilidade da oferta turística e reflectindo, ao mesmo tempo, sobre as questões sociais e éticas que sustentam a necessidade de promover a acessibilidade dos bens e serviços turísticos.

Numa segunda parte, discutem-se as vantagens do desenvolvimento de destinos turísticos acessíveis, analisando os principais aspectos económicos envolvidos, para depois reflectir sobre a necessidade de uma visão sistémica para o desenvolvimento integrado de destinos turísticos acessíveis, promovendo produtos turísticos mais inclusivos, tendo em vista um novo posicionamento neste domínio.

2. Turismo Acessível: enquadramento e conceptualização

O conceito de “Turismo para Todos” ou de “Turismo Acessível” reconhece que qualquer pessoa deve poder usar os equipamentos e serviços

* **Mestre em Gestão da Informação** pela Universidade de Aveiro. **Doutoranda em Turismo** na Universidade de Aveiro e **Docente** na Escola Superior de Educação de Coimbra.

turísticos e que é necessário proporcionar uma oferta de serviços e actividades 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.

O grupo de pessoas para quem a acessibilidade constitui um requisito indispensável para a participação em todos os aspectos da vida em sociedade engloba as que têm deficiências físicas (por exemplo pessoas com mobilidade e destreza manual condicionadas e/ou utilizadores de cadeira de rodas), deficiências sensoriais, assim como as que têm deficiências mentais e de aprendizagem ou que sofrem de doenças crónicas. Acrescem a estas as que sofrem temporariamente os efeitos de um acidente, pais que transportam alcofas ou carrinhos de bebés, viajantes com bagagem pesada, famílias acompanhadas de crianças ou de idosos. No âmbito do Turismo, a existência de acessibilidade deverá permitir que todas as pessoas utilizem e fruam da oferta turística de forma simples, intuitiva e segura, tornando-a mais confortável e apelativa no que concerne às respectivas facilidades, estruturas e serviços.

Tal facto foi já reconhecido pela Organização Mundial de Turismo, em 2005, que estabeleceu que as pessoas com incapacidades incluem todas aquelas 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. São, especificamente, indivíduos com incapacidades físicas, sensitivas e intelectuais ou outros que se encontrem em circunstâncias médicas que requerem cuidados especiais, tais como pessoas idosas e outras com necessidade de auxílio provisório (Assembleia Geral da Organização Mundial de Turismo, Senegal, Dezembro 2005). Assim, um turista portador de incapacidade é uma pessoa que se desloca voluntária e temporariamente para fora do seu ambiental 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. Distingue-se do turista sem incapacidade por estar impossibilitado de executar, independentemente e sem ajuda, determinadas actividades ou tarefas durante a sua viagem, por razões diversas.

Integram-se neste grupo diferentes formas de incapacidade, distinguindo, desde logo, a incapacidade de natureza permanente da incapacidade de natureza temporária. A incapacidade permanente caracteriza-se pela condição definitiva das limitações de capacidades laborais, sociais ou humanas, sendo a incapacidade temporária uma condição passageira que impossibilita a realização de determinadas tarefas. Ambas as dimensões da incapacidade resultam, naturalmente, de diferentes factores. Importa aqui salientar a ligação entre o conceito de incapacidade e o de deficiência. A "deficiência" tende a ser encarada como uma anomalia ou uma alteração das estruturas ou funções do organismo. Já a designação de "incapacidade" tende a ser definida pela relação do indivíduo com o seu meio social, sendo tanto mais notória quanto mais barreiras esse ambiente colocar à pessoa com incapacidade. Por ser mais abrangente, o conceito de incapacidade está a ser gradualmente adoptado na terminologia técnica.

Do ponto de vista da oferta, Turismo Acessível pode ser definido, segundo Darcy (1998), como o conjunto de serviços e infra-estruturas capazes de permitir às pessoas com necessidades especiais apreciar as suas férias e tempos de lazer sem barreiras ou problemas particulares. Deste ponto de vista, assume-se, por um lado, que as infra-estruturas usadas pelos turistas devem ser livres de barreiras arquitectónicas e, não menos importante, que deve ser promovido um acesso não apenas físico, mas também cognitivo e sensorial, que possibilite usufruir das actividades turísticas de forma segura, confortável e tão acessível quanto possível.

Importa ainda sublinhar a subjectividade do conceito de acessibilidade. Por si só, este é um conceito de difícil definição e muito abrangente

(fortemente associado ao conceito de desenho universal). Sendo certo que a acessibilidade plena é de difícil concretização, quando aplicado ao turismo este conceito não deve ser visto de forma absoluta, mas antes como uma preocupação de tornar os serviços turísticos mais acessíveis e mais centrados nas necessidades específicas e individuais dos consumidores enquanto turistas.

Neste sentido, o Turismo Acessível deve ser pensado e trabalhado no quadro da oferta turística do Destino, como iremos analisar posteriormente, procurando sempre que possível, e gradualmente, tornar mais acessíveis espaços, edifícios, equipamentos, serviços, atracções, animações e eventos, alargando desta forma a procura potencial dos destinos que assim se posicionem.

3. Razões sociais e éticas

A participação em actividades de turismo e de lazer em geral tem vindo, cada vez mais, a ser reconhecida como uma componente importante no desenvolvimento pessoal e na melhoria da qualidade de vida de todas as pessoas.

As pessoas com algum tipo de incapacidade têm os mesmos direitos que qualquer outra aos benefícios e oportunidades que o turismo e o lazer podem oferecer, em condições de conforto e segurança e, nesse sentido, o reconhecimento da necessidade de envidar esforços para a promoção de produtos turísticos mais acessíveis é antes de mais uma questão ética e social.

Esta reflexão remete-nos para a responsabilidade social no desenvolvimento sustentável do turismo que não poderá deixar de lado aspectos como a promoção de produtos turísticos inclusivos e o direito ao turismo para todos, negligenciando aspectos de equidade e justiça que lhe devem estar subjacentes. Segundo Miller (2002), um princípio chave da equidade é a inclusão social e, neste contexto, o acesso das pessoas com incapacidade aos serviços

turísticos deve ser visto como uma componente do turismo sustentável.

Estas preocupações têm vindo gradualmente a ser integradas nas recomendações de alguns organismos oficiais do Turismo. A título de exemplo, podemos referir a Assembleia-geral da Organização Mundial de Turismo (OMT), realizada em Manila em 1980, onde se afirmava na sua *Declaração sobre o turismo mundial* que “o direito ao Turismo, que deve conceber-se em harmonia com as prioridades, as instituições e as tradições de cada país, supõe para a sociedade o dever de criar para o conjunto de cidadãos as melhores condições práticas de acesso efectivo e sem discriminação a este tipo de actividade”.

Posteriormente, na Assembleia-geral da OMT, realizada em Santiago do Chile em 1999, nos princípios enunciados sobre o *Código de Ética do Turismo*, no seu artigo 7.º, n.º 4, estabelece-se que “o turismo das famílias, dos jovens e dos estudantes, das pessoas de idade e dos deficientes deve ser encorajado e facilitado”.

Em 2002, a *Declaração sobre Turismo Responsável nos Destinos*, resultante de uma reunião realizada na Cidade do Cabo, reflectiu esta preocupação de uma forma mais concreta ao enunciar especificamente a necessidade de providenciar acessibilidades a pessoas com mobilidade reduzida como uma das características chave do Turismo Responsável, sendo a garantia do turismo ser uma experiência social inclusiva e acessível para todos um dos seus princípios de responsabilidade social (GDRC, 2002).

De um modo geral, têm sido introduzidas normativas no sentido de melhorar a acessibilidade das pessoas com mobilidade reduzida a diversos aspectos da vida em sociedade. Para Daruwalla e Darcy (2005), em muitos países ocidentais, a legislação dos direitos humanos tem tido o efeito positivo de impedir os prestadores de serviços de discriminarem abertamente, embora a indústria turística seja ainda relutante em integrar os conceitos de desenho universal e de formação para a deficiência.

4. Turismo Acessível numa perspectiva económica

Além de constituir uma preocupação ética e socialmente relevante, a promoção de produtos turísticos acessíveis possui, igualmente, uma dimensão económica importante.

A falta de atenção dos prestadores de serviços turísticos pode aliás ser, em parte, justificada pela falta de conhecimento sobre o seu potencial económico. Como salienta Furnion (2001), persiste uma falta de motivação dos responsáveis, pouco sensíveis para este segmento e para as suas expectativas em termos económicos. Na verdade, num mercado em funcionamento, o investimento dos agentes económicos do sector em estruturas acessíveis depende das expectativas de lucro e, nesse sentido, é fundamental reconhecer as vantagens económicas que podem estar associadas a este segmento da procura turística.

Um estudo realizado em 2003 pela Comissão Europeia, intitulado *Disability and social participation in Europe*, revela que na Europa existem 50 milhões de pessoas com algum tipo de incapacidade, e no mundo mais de 500 milhões. Este estudo revela ainda que, em cada 100 pessoas com incapacidade, 70 querem e/ou podem viajar e também que cada dois turistas incapacitados atraem 1 acompanhante.

Os dados demográficos apontam para uma tendência de crescimento de viagens realizadas por pessoas com mobilidade reduzida. O envelhecimento da população dos países desenvolvidos, associado à forte associação da idade com a falta de mobilidade, bem como o aumento gradual do rendimento discricionário das pessoas com mobilidade reduzida, fruto da promoção de igualdades no acesso ao emprego e outras políticas de integração, levará a um aumento significativo de pessoas com mobilidade reduzida detentoras de condições económicas para viajar. Por outro lado, também o desenvolvimento científico e tecnológico, que promove a autonomia e a independência contribuirá para o aumento do número de pessoas que, tendo

alguma incapacidade, não deixam por isso de viajar, sendo as suas decisões de viagem fortemente influenciadas pelas condições de acessibilidade oferecidas pelos destinos turísticos.

A este respeito, merece destaque um estudo sobre os estímulos económicos concretos decorrentes da implementação do “Turismo Acessível para Todos” na Alemanha, que revela que para 75,8% dos turistas com incapacidade, a existência e disponibilidade de meios adequados que lhes permita a livre movimentação influencia a respectiva escolha quanto ao destino de férias. A maioria dos inquiridos (62,3%) não se importaria de pagar um preço superior se pudesse utilizar facilidades e serviços acessíveis e cerca de 50% afirmou que viajaria mais se houvesse mais acessibilidade (BMW, 2004).

Em termos de valor económico, o mesmo estudo conclui que, se for tido em consideração o montante utilizado para passar férias por cada indivíduo com incapacidade, e o facto de viajarem quase sempre acompanhados, o retorno anual com turistas alemães com incapacidade poderá estar compreendido entre 2,5 e 4,8 mil milhões num ambiente turístico acessível.

Importa ainda chamar atenção do efeito multiplicador dos acompanhantes, nomeadamente famílias constituídas por pessoas com algum tipo de incapacidade. Assim, ao quantificar o valor económico deste segmento, estes factores devem ser também considerados, partindo da premissa básica de que as pessoas viajam com amigos e membros da família que não têm incapacidade.

Daruwalla e Darcy (2005) chamam ainda a atenção para o facto das indústrias/serviços que ignorem a prestação de serviços básicos aos seus consumidores, negando às pessoas direitos básicos de cidadania, poderem ser alvo de procedimentos legais. Assim, chamam a atenção para a necessidade da indústria turística reconhecer que não oferecer serviços acessíveis pode ser considerado uma prática discriminatória e isso poder resultar em procedimentos legais, com consequências graves,

não só pelas perdas financeiras directas, mas também pelas consequências ao nível da imagem negativa da empresa, fortemente penalizadora.

Neste sentido, o desenvolvimento de produtos turísticos acessíveis promove o aumento da capacidade de atracção e retenção do destino e melhora a sua imagem ao associá-la a uma causa socialmente justa, válida e actual. Por outro lado, fortalece a posição competitiva do destino, considerando um mercado supletivo com grande potencial de desenvolvimento, que potencia o aumento da capacidade de ocupação na época baixa, tendo em conta que este mercado tende a viajar principalmente fora das épocas altas, não só por razões económicas mas porque regra geral não se encontra condicionado por constrangimentos como as interrupções escolares. Outro factor que merece destaque é o alto nível de fidelização dos turistas que, quando satisfeitos, tendem a regressar àqueles destinos que lhes garantem a fruição de experiências turísticas sem barreiras.

5. Desenvolvimento de destinos turísticos mais acessíveis: necessidade de uma visão sistémica

O conceito de Destino Turístico é muito abrangente e tem sido objecto de algumas reflexões ao longo do tempo. Para Gunn (2002) o termo destino refere-se a todo o complexo de atracções da comunidade local e área envolvente, sendo por isso, constituído por vários elementos funcionais e espaciais básicos. Segundo a WTO (2002) um destino “é um espaço físico no qual um visitante pode permanecer pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos, passando por todos os serviços

de apoio e atracções, bem como todos os recursos turísticos à disposição num dia de viagem de ida e volta. Possui fronteiras físicas e administrativas dentro das quais se enquadra a sua gestão, imagens e percepções que definem a sua competitividade no mercado...”.

Esta definição esclarece o contexto dos destinos turísticos ao tecer duas considerações importantes: primeiro, o facto do destino turístico assentar a sua existência numa base territorial e de poder integrar uma série de produtos turísticos e, segundo, o facto de enfatizar a importância da imagem e das percepções na definição da competitividade no mercado.

Neste sentido, o desenvolvimento de destinos turísticos acessíveis para todos deve ter subjacente uma perspectiva sistémica, envolvendo todas as componentes do produto turístico. A experiência turística total, em termos de acessibilidade, envolve não só transporte, alojamento e actividades acessíveis, mas também a disponibilidade de informação adequada e recursos humanos preparados para acolher as pessoas com necessidades especiais (Devile, 2003). Esta é precisamente a grande questão subjacente ao conceito de Destino Turístico Acessível, em que mais do que ter uma ou outra componente acessível, se tem que apostar na transversalidade de todas as componentes da oferta do destino. Com efeito, de nada servirá passar a oferecer serviços hoteleiros acessíveis se a envolvente do hotel apresentar todo o tipo de barreiras. Um estudo realizado em 2002 demonstrou que para as pessoas com mobilidade reduzida, os obstáculos encontrados no destino vão muito para além da acessibilidade do alojamento.¹ Como se apresenta no Quadro 1, a acessibilidade dos espaços públicos, e nos transportes, entre outros, têm também um peso relativo considerável (Devile, 2003).

Por outro lado, a experiência turística tem início com a decisão de viajar e só termina com o regresso a casa, gerando uma cadeia de produtos e serviços. A acessibilidade deve ser transversal a todas as componentes do produto turístico, tal como

¹ Este estudo, composto por uma amostra de 70 indivíduos, teve como objectivo geral analisar as percepções sobre as necessidades de informação turística das pessoas com mobilidade reduzida, tendo sido utilizado um inquérito por questionário auto-administrado distribuído no boletim informativo da Cooperativa Nacional de Apoio a Deficientes.

Quadro 1 | Principais obstáculos encontrados no destino

Obstáculos	Ordem de importância	Peso relativo (%)
Acessibilidade no alojamento	1	26,9
Acessibilidade dos espaços públicos	2	23,5
Acessibilidade nos transportes	3	21,9
Falta de informação	4	12,1
Dificuldade participar actividades	5	5,3
Falta de sinalização adequada	6	4,2
Nenhum obstáculo	7	2,3
Atitudes outros turistas	8	1,9
Outros obstáculos	9	1,1
Atitudes dos funcionários	10	0,75

Fonte: Devile (2003).

ilustrado no Quadro 2. Neste sentido, é importante não só, como já referimos, a acessibilidade física dos equipamentos turísticos no destino, como também outros serviços importantes para a satisfação das necessidades destes turistas, como equipamento de apoio e assistência médica, entre outros. Acresce ainda a necessidade de tomar em consideração a fase de preparação da viagem, dando especial atenção às fontes de informação e aos funcionários responsáveis pelas reservas e aconselhamento dos consumidores. Como defendem Bieger e Laesser (2001), a qualidade e a quantidade de informação turística disponibilizada é um factor estratégico de sucesso e, nesta perspectiva, é fundamental disponibilizar as fontes adequadas no momento certo de acordo com o comportamento de pesquisa de informação dos turistas.

Neste contexto, o Turismo Acessível deve ser pensado e trabalhado no quadro de toda a

cadeia de valor da actividade turística, procurando sempre que possível, e gradualmente, não só tornar mais acessíveis espaços, edifícios, equipamentos, atracções, e outros serviços do destino mas também não esquecendo outros aspectos importantes, nomeadamente ao nível da informação e do *marketing*.

Tornar mais acessível o destino permite uma extensão de valências que, como já referimos, poderá melhorar a competitividade do destino, aumentando a sua procura turística potencial. Vladimir (1998) salienta que os serviços turísticos podem levar a cabo pequenas alterações que podem fazer a diferença permitindo que algumas necessidades sejam satisfeitas, por exemplo, facilitando o acesso num local de passagem, alterando a disposição dos quartos, melhorando a sinalização, utilizando alguns equipamentos portáteis e fazendo modificações nas portas e no equipamento das casas de banho.

É importante realçar, no entanto, que não sendo possível atingir uma acessibilidade em todas as componentes do produto turístico, é crucial o desenvolvimento de uma cultura de acessibilidade para diferenciar um *Destino Turístico Acessível*, que mobilize diferentes actores e agentes locais numa estratégia onde todos se tendem a envolver, a organizar em rede e a colaborar para objectivos definidos, sejam eles de carácter social ou comercial. Mais importante que intervenções desgarradas e esporádicas para permitir melhorar a acessibilidade, é a atitude proactiva e a atenção focada no consumidor com necessidades particulares, o que deve estar enquadrado num processo mais global, que envolva outros actores do mesmo destino.

Quadro 2 | Abordagem de acessibilidade integrada em toda a cadeia de valor do turismo

Preparação da viagem	Mobilidade para e no destino	Equipamentos turísticos no destino	Outros serviços no destino
Fontes de Informação Aconselhamento Reservas	Transportes Terminais Carro de aluguer Outros	Alojamento Transportes locais Atracções Actividades	Compras Assistência médica Equipamento de apoio Serviços de acompanhamento

Fonte: elaboração própria.

Outro aspecto importante a considerar é a existência de informação clara e objectiva sobre as condições que o destino oferece para receber estes turistas e para que estes se sintam mais seguros e, assim, mais facilmente motivados a visitar o destino. A este respeito, Cavinato e Cuckovich (1992) são de opinião que a melhoria e a disseminação de informação específica e útil pode ser um dos aspectos mais eficazes para aumentar as oportunidades de viagem para o turista com incapacidade.

A informação sobre os serviços acessíveis deve chegar aos potenciais mercados de origem de pessoas com incapacidade. No entanto, uma excessiva visibilidade da oferta de condições para pessoas com incapacidade pode ser contraproducente, pois pode fazer com que se sintam estigmatizados por utilizar estes serviços.

Para a promoção de produtos turísticos mais inclusivos, é essencial chamar a atenção dos agentes turísticos para a importância destas questões. Enquanto os agentes do sector não se encontrarem sensibilizados para os desafios colocados pelas diferentes incapacidades, dificilmente serão preconizadas soluções e, por isso, a formação e sensibilização neste domínio será a base deste processo. Para Daruwalla e Darcy (2005), é essencial que, tanto as empresas do sector turístico, como as instituições de ensino com oferta neste domínio, introduzam a formação sobre a incapacidade e a deficiência nos seus programas de acção.

6. Considerações finais

A concretização da acessibilidade num destino turístico não será possível senão pela via de uma abordagem sistémica, através da qual sejam consideradas as dimensões sectoriais e transversais do território. A cultura de acessibilidade e a sensibilização dos agentes do sector constituem-se como aspectos fundamentais no desenvolvimento de produtos turísticos mais inclusivos, bem como

a necessidade de tempo para implementar as mudanças, criando consensos e envolvendo todos os *stakeholders*.

As acções de *marketing* e comunicação e as opções pelos diferentes canais de distribuição deverão ser devidamente coordenadas, orientadas e implementadas. A satisfação das necessidades dos turistas, como em qualquer outro segmento da procura, depende da compreensão das suas expectativas e desejos, que determinam a qualidade percebida do destino e, por consequência, o potencial de fidelização do mercado.

Importante neste processo é também a realização de estudos científicos credíveis que permitam conhecer as variáveis do comportamento dos consumidores com necessidades especiais enquanto turistas, a dimensão do mercado, o nível de satisfação com as experiências turísticas, entre outros aspectos. A sua importância para que o sector turístico possa delinear estratégias de desenvolvimento adequadas, posicionando-se face a um novo segmento de mercado turístico é indiscutível.

Bibliografia

- Bieger, T.; Laesser, C., 2001, Segmenting Travel on the Sourcing of Information, in Crouch, Ritchie e Woodside (eds), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Cabi Publishing, Wallingford, Vol. 2, pp. 153-167.
- BMW – Ministério Federal Alemão da Economia e do Trabalho, 2004, *Estímulos Económicos do Turismo Acessível para Todos* – Estudo integrado do BMW, Síntese dos resultados, BMW, Berlim, (versão portuguesa, não publicada, disponibilizada pelo Secretariado Nacional de Reabilitação e Integração da Pessoa com Deficiência).
- Cavinato, J.L.; Cuckovich, M.L., 1992, Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment, *Transportation Journal*, Vol. 31(3), pp. 46.
- Darcy, S., 1998, *Anxiety to access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a Physical Disability*, Tourism New South Wales, Sidney.
- Daruwalla, P.; Darcy, S., 2005, Personal and Societal Attitudes to Disability, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32(3), pp. 549-570.
- Devile, E., 2003, *Necessidades de informação turística para pessoas com mobilidade reduzida: o caso dos deficientes físicos*, Tese de Mestrado em Gestão da Informação, Universidade de Aveiro – Departamento de Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro.

- Furnion, L., 2001, *Le Tourisme des Personnes Handicapées: une adaptation nécessaire*, Collection "Jeunes auteurs", Centre National de Ressources du Tourisme en Espace Rural, Lempdes.
- GDRC – The Global Development Research Center, 2002, *Responsible Tourism in Destinations*, [<http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/cape-tpwn-delcaration.html>] (Acedido em 15 Fevereiro 2008).
- Gunn, C.A., 2002, *Tourism Planning*, 4th ed., Routledge, New York.
- Miller, G.A.; Kirk, E., 2002, The Disability Discrimination Act: Time for the Stick?, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 10(1), pp. 82-88.
- Tourism Sciences Society of Korea, 2003, *WTO Think Tank enthusiastically reaches consensus*, [http://www.tosok.or.kr/eng/board/board2_read.asp?f_code=NEWS2&num=11&ref=7&page=1], (Acedido em 15 de Fevereiro de 2008).
- Vladimir, A., 1998, Is there hospitality for disabled travellers?, *FIU Hospitality Review*, Vol. 16(2), pp. 13-21.