

TURISMO ACESSÍVEL: UM ESTUDO SOBRE A PROMOÇÃO DO DESTINO DA CIDADE DO RECIFE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Accessible tourism: a study on the promotion of the destination of the city of Recife for people with disabilities

Rafael Brito Barbosa de Oliveira

Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco, Recife

RESUMO

É importante destacar que a acessibilidade é um aspecto fundamental para o turismo inclusivo e oferta de serviços turísticos que atendam às necessidades das pessoas com deficiência, o que é essencial para a promoção do turismo acessível. Nesse sentido, as pesquisas realizadas sobre as promoções adotadas pelas cidades para esse público é de extrema relevância, uma vez que fornece informações sobre as estratégias utilizadas para atrair turistas com necessidades especiais e, ao mesmo tempo, aponta possíveis falhas e deficiências na promoção do destino turístico às pessoas com deficiência. Assim, grandes cidades no mundo vêm investindo fortemente em acessibilidade e o destino da cidade do Recife não fica para trás. Contudo, a imagem que a cidade do Recife passa como destino para essas pessoas é um ponto determinante e o que vai atrair ou não o turista. Com isso, o objetivo deste estudo é investigar de que forma a promoção do destino turístico da cidade do Recife está voltado para as pessoas com deficiência. Para atingir esse objetivo, este estudo se utilizou de embasamento teórico oriundo de autores que tratam da temática, órgãos e instituições, tanto na área do turismo, como na de marketing. A metodologia adotada para consecução da pesquisa, além do embasamento teórico citado, também teve por base a técnica de pesquisa documental, com a finalidade de obter mais veracidade e precisão no estudo. Para tal, foram coletados e analisados documentos e informações disponíveis em sites e redes sociais oficiais da prefeitura da cidade do Recife, com foco nas promoções existentes direcionadas para as pessoas com necessidades especiais. Foi possível observar que, embora a cidade do Recife conte com algumas iniciativas para a promoção do turismo acessível, ainda há muito a ser feito. Pois a análise dos materiais promocionais disponíveis revelou a carência de promoções direcionadas para as pessoas com deficiência. Portanto, é necessário um esforço maior da cidade do Recife na promoção do turismo acessível, com a adoção de estratégias mais eficazes e precisas sobre a acessibilidade dos locais turísticos e serviços oferecidos.

Palavra-chave: Turismo; Acessibilidade; Portador de deficiência; Promoção do destino; Recife.

ABSTRACT

It is important to emphasize that accessibility is a fundamental aspect for inclusive tourism and the provision of tourist services that meet the needs of people with disabilities, which is essential for the promotion of accessible tourism. In this sense, the research carried out on the promotions adopted by cities for this public is extremely relevant, since it provides information on the strategies used to attract tourists with special needs and, at the same time, points out possible flaws and deficiencies in the promotion of the destination. tourism for people with disabilities. Thus, large cities in the world have been investing heavily in accessibility and the destination of the city of Recife is not far behind. However, the image that the city of Recife passes as a destination for these people is a determining point and what will attract tourists or not. With this, the objective of this study is to investigate how the promotion of the tourist destination of the city of Recife is aimed at people with disabilities. To achieve this objective, this study used a theoretical basis from authors who deal with the subject, agencies and institutions, both in the tourism and marketing areas. The methodology adopted to carry out the research, in addition to the aforementioned theoretical basis, was also based on the documentary research technique, with the aim of obtaining more veracity and precision in the study. To this end, documents and information available on official websites and social networks of the city of Recife were collected and analyzed, focusing on existing promotions aimed at people with special needs. It was possible to observe that, although the city of Recife has some initiatives to promote accessible tourism, there is still much to be done. Because the analysis of the available promotional materials revealed the lack of promotions aimed at people with disabilities. Therefore, a greater effort is needed by the city of Recife to promote accessible tourism, with the adoption of more effective and precise strategies on the accessibility of tourist sites and services offered.

Keyword: Tourism; Accessibility; Disabled person; Destination promotion; Recife.

1 INTRODUÇÃO

O tema relacionado às Pessoas com Deficiência (PCD) gera discussões e debates que repercutem mundialmente, porém a sua definição é unânime. Deste modo, de acordo com Estatuto da Pessoa com Deficiência, Lei 13.146 (2015), podemos entender PCDs como pessoas que possuem limitações, que impeça ou dificulte a participação na sociedade em condições iguais com outras pessoas, desde que suas limitações sejam por um longo período de tempo.

Diante desta definição, órgãos mundiais como a Organização das Nações Unidas (ONU) e Hope Walks relataram em seus sites que no final de 2021 as PCDs ultrapassam a marca de 1 bilhão de pessoas, ou seja, cerca de 15% da população mundial. Além disso, esses órgãos exaltam um apelo para todo mundo referente à inclusão dessas pessoas na sociedade. Com isso, a União Europeia [UE] (2020) premia cidades que têm buscado adaptar seus destinos para torná-los acessíveis. E como consequência cidades como Milão, Breda e Lyon já ganharam prêmios de Cidades Acessíveis. Outro grande exemplo, segundo o site portugal.gov.pt, é que Portugal em 2019 recebeu o prêmio de primeiro destino turístico acessível do mundo, prêmio concedido pela Organização Mundial de Turismo (OMT).

Isso significa que essas pessoas com deficiências estão viajando e sendo vistas pelos gestores turísticos dos destinos. Além do mais, segundo um relatório apresentado pela Open Doors Organization (ODO) afirma que só as pessoas com deficiência dos EUA foram capazes de gerar um gasto médio de US\$ 17,3 bilhões de 2013 a 2015, sem contar com seus possíveis acompanhantes de viagens, tendo sido contabilizado um total de 73 milhões de viagens nesse período feitas por esse público.

Já na Europa, existe um órgão que se chama European Network for Accessible Tourism (ENAT). Ele é responsável pela acessibilidade no turismo, tendo como finalidade de checar, concentrar e promover acessibilidade no turismo no continente europeu. No site do ENAT há uma lista detalhada de alguns países que oferecem acessibilidade, além de pesquisas com estudo de caso dos mesmos. Já a Comissão Europeia realizou um estudo, em 2015, mostrando a existência de mais de 300 mil potenciais serviços de turismo acessível ativos, dentre esses serviços consta: restaurantes, hotéis e transporte.

Levando em consideração essa repercussão mundial, podemos apontar que o Brasil não fica para trás. Uma prova disso é que já possuímos em nossa Legislação uma Lei direcionada para as PCDs, que é a Lei 13.146/2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Sem contar que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) afirma em sua página web que em 2010 tínhamos aproximadamente 45,6 milhões de pessoas com deficiência no Brasil, isso indica que 23,9% da população brasileira possui uma ou mais deficiência, o qual pode ser fator impeditivo para essas pessoas exercerem sua plena condição de cidadãos.

Tendo em vista que as PCDs estão cada vez mais presentes na sociedade, é irrefutável discutir sobre turismo sem comentar sobre acessibilidade. Com isso, o tema relacionado sobre o assunto de acessibilidade é discutido frequentemente, como foi no evento promovido pela Unesco o “América Acessível: Informação e Comunicação Para Todos”, realizado em São Paulo, no dia 14 de novembro de 2014, que teve em pauta assuntos como: Promover produtos e serviços de TIC acessíveis, Conscientização Pública sobre acessibilidade das TIC e Incentivar o uso das TICs acessíveis, garantir que os serviços públicos sejam disponibilizados de forma acessível para pessoas com deficiência e criar a demanda do mercado por recursos de acessibilidade em produtos e serviços TIC.

Outra grande força surgiu através do Ministério do Turismo (Mtur). Que segundo o site turismoacessivel.gov.br, o Mtur criou, em 2012, o Programa Turismo Acessível, que é “um conjunto de ações para promover a inclusão social e o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística com segurança e autonomia”. E junto com o programa, foi elaborada uma cartilha contendo dicas de atendimento para o portador de deficiência.

Além disso, o Mtur também relata em seu site que as pessoas com deficiência tendem a viajar com menos frequência, pelo fato de terem dificuldade em encontrar serviços que possam atender suas necessidades, e assim evitar possíveis tribulações.

Com isso, de acordo com Fernandes (2022), vemos cidades que estão se adaptando e também promovendo seus destinos para essas pessoas. As estratégias utilizadas para essa promoção são variadas e dependem de cada destino. Por exemplo, algumas reformaram suas estruturas, inserindo melhorias de construção na cidade, transporte público adaptado, dentre outras. Já outros melhoram seus pontos turísticos, tornar mais acessíveis os espaços de lazer. Como exemplo podemos citar a cidade do Rio de Janeiro no qual tem o primeiro Hotel 100% acessível. Outro bom exemplo é a cidade de Socorro em São Paulo que é procurada pelo público com deficiência sendo uma de suas melhores segmentações no mercado, fomentado pelo projeto Socorro Acessível.

Recife na qualidade de destino turístico possui uma vasta gama de atrativos. Diante disso, o objetivo deste estudo é investigar de que forma a promoção do destino turístico da cidade do Recife está voltado para as pessoas com deficiência, levando em consideração aspectos como acessibilidade e inclusão. Serão analisadas as medidas e ações adotadas pela cidade que promovam o turismo acessível. Além de buscar eventuais lacunas e oportunidades para melhorar a promoção do turismo acessível na cidade.

2 TURISMO ACESSÍVEL

Conforme Santos, Emmendoerfer, Mediotte e Matos (2022) pode-se depreender que turismo é uma atividade na qual um visitante permanece em um destino diferente de sua residência ou local de trabalho por um período inferior a um ano, com o objetivo de lazer ou outras finalidades, e não estando empregado no país ou local de destino. Já o turismo acessível, Nascimento, Bulcão, Melo e Brambilla (2021, p. 151) possui o entendimento de que é uma “atividade turística de forma inclusiva, baseando-se em princípios de equidade, solidariedade e igualdade de oportunidades”.

Abordando a temática de acessibilidade e inclusão em viagens e turismo. Alguns autores defendem a ideia-chave da disponibilidade de infraestrutura, serviços e informações adaptados, garantindo acessibilidade para os portadores de necessidades especiais. Entre estes autores estão Ferst, Souza e Coutinho (2020), que afirmam que acessibilidade:

“é fator determinante para a inclusão da pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida no turismo, devendo os meios de hospedagem estar devidamente adaptados para receber este público, tanto no que diz respeito à qualificação de seus funcionários quanto na sua infraestrutura, posto ser a ausência de acessibilidade um impeditivo para que a pessoa com deficiência pratique o turismo” (Ferst et al., 2020, p. 449).

Outros possuem linha de raciocínio na garantia de que os destinos turísticos devem oferecer acessibilidade e podemos citar Leal, Eusébio e Rosa (2020) como um desses defensores, afirmando que: "Turismo acessível diz respeito ao processo colaborativo estabelecido entre os mais diversos atores do sistema turístico, com o

objetivo de promover a adaptação da oferta turística a todos os turistas" (Rosa et al., 2020, p. 690)

Já a OMT (2001) passa em sua definição a mesma ideia de Rosa, relatando que o turismo acessível é:

“a prática de garantir que todas as pessoas, independentemente de suas limitações físicas, idade ou sexo, tenham igual acesso aos produtos turísticos e serviços em destinos turísticos e possam desfrutar deles em condições de segurança, conforto e dignidade” (Organização Mundial do Turismo, 2016).

Entretanto, a acessibilidade no turismo vai além das questões físicas, como banheiros adaptados, rampas, elevadores e barras de apoio, mas há também relações sobre questões de atitudes e comunicação, que podem tornar mais desafiadoras para garantir a participação de todos nos destinos turísticos. Mckercher et al. (2020, pp. 140-144) complementam em seu conceito definições que ultrapassam as necessidades físicas afirmando, também, que é sobre atitudes, comportamentos e serviços e com isso garantir que todas as pessoas possam desfrutar das experiências turísticas em condições de igualdade.

Rosa et al. (2020) também possuem o mesmo entendimento, dando importância para as questões atitudinais para a acessibilidade. Os autores destacam em seu artigo a notoriedade de que a “deficiência é descrita como um fenômeno multidimensional” e que as “atitudes em relação às PcD resultam da interação entre elas e outras pessoas, [...] servindo determinadas funções que auxiliam a resposta da pessoa, e a sua adaptação, ao ambiente social que a rodeia”. (Rosa et al., 2020, pp. 689-710). Além de enfatizar sua importância para o setor turístico.

Apesar de essas definições terem focos divergentes entre os autores, em que uns tendem a enfatizar a disponibilidade de infraestrutura e outros os deveres dos destinos em garantir acessibilidade, a essência de todos os conceitos é unânime. Nascimento (2018, pp. 132-133) aponta como a existência e a inclusão de acessibilidade com o objetivo de promover a imersão social das pessoas com necessidades especiais nos destinos turísticos é relevante, fazendo com que as experiências adquiridas por elas durante suas viagens sejam seguras e da mesma qualidade que as de todas as outras pessoas. Isso leva em consideração também o comportamento social da população local diante das PCDs.

Diante desses conceitos e os destaques que esse tema vem adquirindo nos últimos anos, é natural que pesquisas venham surgindo com mais frequências. E, basicamente, essas pesquisas tendem a identificar e analisar os desafios e oportunidades que essas pessoas possam encontrar durante suas viagens.

Uma das mais recentes foi realizada por Dias et al. (2022) e teve por foco as pessoas com mobilidade reduzida. O objetivo da pesquisa foi analisar a competitividade de um destino para pessoas com mobilidade reduzida, verificando se Lisboa é atrativa e inclusiva. E o estudo concluiu que os recursos de Lisboa estão cada vez mais acessíveis, gerando mais entretenimento e qualidade nos serviços, apresentando maior acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida.

Catapoti et al. (2017) analisaram as experiências turísticas acessíveis em museus da Grécia. A pesquisa teve como objetivo identificar as barreiras de acessibilidade presentes em museus de patrimônio, analisando as percepções dos visitantes e dos profissionais envolvidos. Resultando na identificação de barreiras de acessibilidade tanto nos aspectos físicos como nos aspectos comunicacionais. Além de ressaltar a importância de uma perspectiva mais ampla e crítica sobre o tema, não se limitando a questões técnicas.

Já a pesquisa desenvolvida por Shahraki (2020) foi direcionada ao planejamento para pessoas com deficiência nas cidades do Irã, onde foram analisados os problemas das pessoas com deficiência, especialmente as com deficiência física. O intuito de averiguar comparativamente as características de planejamento e design de edifícios das cidades iranianas. O estudo identificou a ausência de padrões estruturais dos edifícios das cidades, que muitas vezes são necessárias para as pessoas com deficiência. E os resultados obtidos destacaram que o planejamento urbano para pessoas com deficiência ajudará no desenvolvimento de projeto urbano, beneficiando todo mundo, incluindo os turistas portadores de deficiências.

Pode-se depreender que esses estudos mencionados afirmam que o turismo com acessibilidade ainda passa por grandes dificuldades e barreiras, principalmente em questões básicas como de comunicação e de atitudes. Contudo, também pode-se deduzir das pesquisas o surgimento de oportunidades em melhorias por meios das tecnologias, dos treinamentos adequados e do entrosamento com as políticas e estratégias que envolvem o turismo acessível. Então, levando em conta a temática do marketing no turismo acessível, um estudo realizado por Macedo et al. (2019) aborda a relevância da promoção turística para o destino de Portugal, considerando a criação de ferramentas digitais acessíveis que promovam a instituição e suas ofertas. Essa pesquisa foi realizada com objetivos específicos bem definidos, incluindo a análise de conceitos de marketing digital, a compreensão do nicho de mercado de turismo para portadores de necessidades especiais e a coleta de dados, na qual foi realizada uma pesquisa para identificar as cinco maiores cadeias hoteleiras em Portugal, de acordo com a 12ª edição do Atlas da Hotelaria 2017. Como resultados, foram identificadas algumas condições de acessibilidade, contudo ainda falta o essencial para que estejam em conformidade com as normas Web Content Accessibility Guidelines 2.0 (WCAG 2.0), que é um conjunto de diretrizes desenvolvidas para tornar o conteúdo da web mais acessível a pessoas com deficiência.

3 PROMOÇÃO TURÍSTICA

A promoção turística é uma estratégia de marketing fundamental e muito utilizada pelos gestores de turismo. O intuito dessa estratégia é promover suas ofertas criando uma imagem positiva do destino e atrair visitantes para os destinos turísticos já delimitados. Existem as variadas definições sobre a promoção turística, que a depender do autor pode-se encontrar visões distintas sobre o tema.

Ramalho (2019) relata que a promoção turística:

“implica uma complexidade e um risco elevados, visto que compromete corresponder às expectativas, necessidades e desejos, em evolução constante, do consumidor. Não obstante, o elevado crescimento, sem precedentes, na indústria turística, criou grandes desafios no marketing turístico” (Ramalho, 2019, p. 20).

Já na visão dos autores Crouch e Ritchie (2021, p. 5), que também seguem a mesma linha de raciocínio de Ramalho, a promoção turística é definida como uma atividade árdua e com vários elementos envolvendo estratégias e táticas, além de usufruir das mais variadas formas de mídia e canais de comunicação. Ademais, os mesmos salientam a necessidade de colaboração de diversos atores, como governos, empresas e comunidades locais, para promover um destino turístico de forma eficaz.

E Buhalis (2022), complementa os pensamentos de Ramalho apontando que "elaborar e implementar ações apropriadas para equilibrar custos e benefícios e garantir que o valor seja co-criado para todos". (p. 3)

Considerando os conceitos apresentados, pode-se inferir que convergem no sentido de enfatizar a importância da estratégia para atrair visitantes. Onde todos se assemelham com a definição que o Mtur (2021, p. 8) apresenta, segundo a qual a promoção turística é um conjunto de atividades e estratégias visando tornar o destino mais atrativo, com o foco na permanência, satisfação e gastos de seus visitantes durante suas visitas.

Já Santos et al. (2022) buscam definir com o foco voltado para o desenvolvimento sustentável, onde afirmam que “promover o turismo não apenas como atividade complementar de receitas econômicas, mas como um setor com grandes responsabilidades nos impactos ambientais.” (Santos et al., 2022, p. 312).

Também percebemos que a concepção de Day e Romanchek (2020) possui os mesmos pensamentos de Santos et al (2022) afirmando que a promoção turística deve seguir alinhada com os princípios de sustentabilidade, tendo a obrigação de promover de forma responsável os destinos, levando em conta o meio ambiente e as condições sociais, econômicas, culturais e patrimoniais das comunidades locais e do próprio destino.

E como última visão que pode-se citar neste estudo, dentre outras existentes, é o entendimento da interação que existe entre os atores dos destinos. E que na visão de Comunello et al. (2022) mostra “a importância da articulação entre os atores da esfera pública e privada para a promoção do turismo” e que essa articulação “consiste na ligação de fios individuais que constituem um todo, pelo fato de compartilharem dos mesmos interesses” (Comunello et al., 2022, pp. 162-163).

Que é o mesmo entendimento de Chiodo, Adriani, Navarro e Salvatore (2019), afirmando que o “turismo pode facilitar a diversificação produtiva e promover práticas baseadas na cooperação e intercâmbio entre atores, bem como na cooperação em diferentes níveis institucionais, incluindo parcerias público-privadas”. (Chiodo et al., 2019, p. 7)

Tendo em mente os conceitos de promoção turística, as pesquisas realizadas sobre o tema tendem a identificar a eficiência e eficácia das estratégias de promoção turística adotadas pelos destinos, além de analisar as tecnologias utilizadas e importância da sustentabilidade.

Um bom exemplo disso foi a pesquisa realizada por Boaria e Cunha (2019) que teve a finalidade de analisar todas as investigações sobre as mídias sociais nas áreas de turismo e hotelaria publicadas de 2006 a 2017. A pesquisa foi realizada com 78 estudos no total, contando com pesquisas nacionais e internacionais. Os resultados apontaram que o comportamento da utilização das mídias sociais se associa a vários fatores, como: personalidade, características sociodemográficas, conhecimento tecnológico e hábitos de uso. Além disso, os autores descobriram que as mídias sociais desempenham um papel vital na vida diária das pessoas e, devido à sua popularidade, alteraram o comportamento do consumidor e têm um impacto significativo nos negócios de turismo.

Já o estudo realizado por Jeong e Kim (2019) teve o objetivo de analisar as relações entre qualidade do evento, imagem do destino, valor percebido, satisfação do turista e lealdade ao destino. Os resultados demonstraram que a qualidade do evento, imagem de destino e valor percebido impactaram significativamente na satisfação do turista; enquanto imagem de destino, valor percebido e satisfação do turista tiveram um impacto significativo na lealdade ao destino.

Souza et al. (2020), a partir de uma pesquisa realizada com 197 respondentes de um questionário, buscaram estudar o ecoturismo e sua importância para o turismo sustentável. O objetivo foi entender os determinantes para a tomada de decisão do consumidor em contextos do ecoturismo e verificar a importância do ecoturismo para o desenvolvimento sustentável. Os resultados mostram que a imagem do destino desempenha um papel fundamental na experiência e satisfação do turista, além de que o ecoturismo é um segmento essencial que pode contribuir significativamente para o turismo sustentável e estimular as exportações e investimentos na indústria do turismo.

Diante dessas pesquisas pode-se depreender que uma estratégia promocional bem aplicada pode melhorar consideravelmente a imagem do destino, aumentando sua visibilidade. E existem inúmeras maneiras de identificar se a promoção é eficiente ou não, através dos indicadores, como: o aumento do número de visitantes, os resultados da economia local, os relatórios de satisfação e reputação.

Considerando essa perspectiva, a promoção turística tem como objetivo criar e fornecer valor aos turistas, para isso, é necessário identificar e entender suas necessidades e desejos, incluindo a demanda em sua totalidade. Nesse sentido, é preciso ter uma atenção especial em segmentos específicos, como o segmento composto por pessoas com deficiência. Além disso, também é preciso criar condições adequadas no destino turístico e comunicá-las de forma clara e acessível ao público-alvo.

3.1 Promoção de turismo acessível

A promoção do turismo acessível tem a finalidade de garantir que todas as pessoas possam apreciar as atividades turísticas, independentemente das suas limitações. Com isso, alguns autores vêm incluindo essa temática em suas pesquisas, trazendo definições valiosas quando se fala em turismo acessível.

Uma dessas definições foi citada por Silva (2022), afirmando que a promoção de turismo acessível é "a preocupação de incluir as pessoas com deficiência no turismo, reforçando que estas devem de ter os mesmos direitos a viajar, assim como o acesso à hotelaria, ao deporte e às atividades culturais". (Silva, 2022, p. 41)

Além disso, o autor também complementa sua definição afirmando que a promoção de turismo acessível é uma forma de combater a discriminação das pessoas com deficiência e promover uma maior inclusão Social em suas atividades turísticas, garantindo a participação das pessoas com deficiência, desde a pesquisa do destino até o retorno para casa (Silva, 2022).

E é perceptível que a União Europeia pensa da mesma maneira quando considera que a promoção do turismo acessível é fazer com que os destinos turísticos, os serviços de transporte e as atrações turísticas sejam acessíveis a todos, incluindo aqueles com necessidades especiais, como pessoas com deficiência e idosos (Comissão Europeia, 2021).

Com a mesma ideia, Rodrigues e Valduga (2021, p. 64) relata que a promoção do turismo acessível está diretamente relacionada ao bem-estar individual e social, não beneficiando apenas as pessoas com deficiências, mas a sociedade em geral, ou seja, todas as pessoas.

Além disso, é perceptível que a concepção da OMT se assemelha com os conceitos anteriores apresentados, ao relatar que a promoção do turismo acessível também envolve "indicações claras de serviços e instalações acessíveis, de preferência fazendo uso de símbolos internacionais que são facilmente compreendidos. Se possível, as informações para turistas com deficiência devem ser incluídos na informação turística em geral." (OMT, 2013, p. 8).

E acrescentando, Brambilla et al. (2021) complementam os conceitos dos autores anteriores, alegando que o objetivo da promoção do turismo acessível é de "proporcionar para as pessoas com deficiência, a inclusão na atividade turística. Para que essa temática seja disseminada constantemente, devem-se realizar pesquisas interdisciplinares, promovendo o entendimento mais explícito e respostas mais assertivas e indutivas" (Brambilla et al.,2021, p. 167)

Com isso, compreende-se que a promoção do turismo acessível vai muito além de divulgar e promover a imagem do destino, focando na acessibilidade e na adequação dos serviços e informações aos turistas com necessidades especiais. O foco está também na garantia de que o destino está ofertando as devidas adaptações para a superação das barreiras deparadas pelos turistas com deficiência, além de adotar políticas e estratégias.

Ultimamente essa temática vem sendo objeto de inúmeros estudos que, em suma, relatam a importância da promoção do turismo acessível para o destino,

tendo seu foco de forma geral na análise de opiniões de pessoas portadoras de necessidades.

Oliveira e Silveira (2021) realizaram uma pesquisa no Museu Oscar Niemeyer (MON) em Curitiba, com o objetivo de refletir sobre a percepção e experiência dos usuários com deficiência visual. A pesquisa visou entender a importância do toque e da descrição de áudio na criação de uma imagem mental e compreensão do espaço, o que promove a inclusão de indivíduos com deficiência visual em atividades turísticas. Os resultados obtidos mostraram que a tecnologia desempenha um papel significativo na criação de atividades de turismo acessível para indivíduos com deficiências.

Já Borges e Silva (2019) investigaram a perspectiva dos turistas com deficiência auditiva sobre a promoção de turismo acessível. O estudo tem como objetivo melhorar a comunicação entre indivíduos surdos e ouvintes. O estudo foi baseado em pesquisa bibliográfica e uma entrevista por e-mail com o Museu Pelé na cidade de Santos. O artigo aponta a falta de intérpretes de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para ajudar os turistas surdos. E os resultados enfatizaram a importância de promover o uso de Libras e a necessidade de intérpretes para facilitar a comunicação entre indivíduos.

Diante disso, o presente estudo tem o propósito de averiguar como o destino turístico da cidade do Recife está promovendo o turismo acessível para pessoas com deficiência, levando em consideração a acessibilidade e inclusão. Onde serão examinadas as medidas e ações adotadas pela cidade para promover o turismo acessível, além da satisfação e a fidelidade dessas pessoas em relação ao destino.

4 METODOLOGIA

Pode-se dizer que a metodologia é uma ciência que estuda os métodos. Nas palavras de Flick (2019), a metodologia pode ser definida como "a estruturação e organização dos processos de pesquisa, de modo que as questões de pesquisa possam ser abordadas de maneira sistemática, usando métodos científicos apropriados" (FLICK, 2019, p. 29). Ou seja, é um estudo que analisa o caminho de forma detalhada para se realizar determinado objetivo. Na pesquisa científica, ela é descrita detalhadamente, ou seja, as técnicas, métodos e procedimento utilizados na realização do estudo.

Dentre as naturezas da pesquisa existentes, a adotada para o estudo foi a descritiva. Segundo Flick (2019, p. 83), esse tipo de pesquisa tem como objetivo a descrição das características de determinado fato ou situação, identificando os padrões, as tendências e as relações entre suas variáveis. O presente estudo tem como objetivo a descrição das características da promoção de turismo acessível na cidade do Recife, buscando analisar as medidas e ações adotadas pela cidade para promover o turismo acessível do destino.

A abordagem da pesquisa é qualitativa. Esta estuda a compreensão dos aspectos subjetivos relacionados aos fenômenos sociais e ao comportamento humano. Mas também Alves, Saramago, Valente e Sousa (2020, p. 52) complementam afirmando que a "abordagem qualitativa se ocupa nas Ciências

Sociais com um nível de realidade que não pode ser quantificado”. Já Flick (2019) relata que a pesquisa qualitativa é uma abordagem que objetiva a compreensão e interpretação dos fenômenos sociais, culturais e psicológicos, utilizando-se das mais variadas técnicas de coleta de dados, como: entrevistas, observação, análise de documentos e materiais culturais. Este estudo teve foco na compreensão das experiências e opiniões das pessoas com deficiência diante da promoção do turismo acessível na cidade do Recife através da observação, análise de documentos e materiais culturais.

Entre as estratégias de pesquisas, a pesquisa documental foi a escolhida. Deve-se destacar a existência de uma confusão entre a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica, no qual ambos utilizem documentos. Alves et al. (2015, p. 244) relatam que a diferença entre pesquisa documental e pesquisa bibliográfica “é a fonte dos documentos: no primeiro caso, denomina-se de fontes primárias, as quais não receberam nenhum tratamento analítico; no segundo, as fontes são secundárias, abrangem toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema”. (Alves et al.,2015, p. 244)

Além disso, exemplos de pesquisa documental são apresentados, tais como imagens, websites, políticas públicas, estudos, planos de turismo, legislação e outros materiais relevantes (Alves et al.,2015, p. 244).

A estratégia de coleta de dados foi a documental (online). Segundo Gil (2022), esta técnica se apoia na coleta e análise de documentos disponíveis na internet. As vantagens da coleta de dados através da documentação online é a possibilidade de acesso a uma grande quantidade de informações e dados em tempo real, além da facilidade de armazenamento e organização desses dados. Além disso, também é dito que a Internet é um dos principais veículos de informações da atualidade e apresenta inúmeras possibilidades, porém é importante ressaltar que há um excesso de informações na rede, mais do que em qualquer outro meio. Diante disso, o presente estudo pretende analisar, a princípio, dois sites oficiais da prefeitura do Recife: <https://www2.recife.pe.gov.br/> e <https://visit.recife.br/> e seus respectivos perfis no Instagram: @prefeiturarecife e @visitrecife

Em consonância com a estratégia de pesquisa e coleta, efetuou-se a análise documental. Para Flick (2019, p. 172), é uma técnica de coleta de dados e informações, onde se examina documentos existentes e relevantes para a pesquisa. Além de obter dados no qual não poderiam ser coletados de outra forma, faz-se uma leitura crítica e reflexiva dos documentos adquiridos para diferenciar os relevantes dos não relevantes. Já Kripka, Scheller e Bonotto (2015, p. 70) complementam afirmando que a “análise de documentos consiste em utilizar métodos de pesquisa não-intrusivos e dados coletados que foram produzidos com finalidades práticas no campo em estudo, o que possibilita novas perspectivas sobre os processos, permitindo que se vá além das perspectivas dos membros do campo”. (Kripka, 2015, p. 70)

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados apresentados neste estudo têm por base uma análise realizada nos dois sites oficiais da prefeitura do Recife, disponíveis nos endereços eletrônicos <https://www2.recife.pe.gov.br/> e <https://visit.recife.br/>, bem como suas respectivas contas no Instagram, @prefeiturarecife e @visitrecife, tendo cada endereço e perfil do Instagram sido analisados separadamente. Com o intuito de averiguar a qualidade dessas plataformas virtuais, verificando aspectos como usabilidade, acessibilidade, conteúdo e interatividade, entre outros, que possam ser relevantes para o turista com deficiência. Além disso, na análise dos resultados, foi definido um lapso temporal de aproximadamente um ano com a finalidade de obter informações mais recentes. A partir dessa análise, será possível compreender a efetividade desses canais de comunicação no que se refere à divulgação das atividades e serviços oferecidos pela prefeitura, bem como ao atendimento das demandas dos turistas com necessidades especiais.

Com base nos dois sites apresentados acima e suas contas correspondentes no Instagram, foi possível desmembrar os resultados obtidos em duas partes distintas, no qual cada uma delas represente um subtópico correspondente a plataforma analisada.

5.1 Sites Web

Numa primeira análise, os resultados obtidos iniciam-se com o estudo do site oficial da prefeitura do Recife disponível no endereço eletrônico <https://www2.recife.pe.gov.br/>. Em princípio pode-se verificar a pouca acessibilidade existente no próprio site, contendo apenas um botão que ajusta o contraste e a fonte. Já na aba voltada para o turismo, é possível ver algumas opções que auxiliam os turistas dando algumas dicas como: roteiros, atrativos, restaurantes, programações, empreendimentos hoteleiros, dentre outros. Contudo, não foi encontrado nada que seja direcionado para o portador de Deficiência.

Com isso, realizou-se uma busca mais refinada dentro do site, no qual foi possível encontrar a informação de atrativos públicos com acessibilidade, por exemplo, o Mercado do Cordeiro, Teatro Luiz Mendonça, Teatro Barreto júnior e Praia sem Barreiras (que é um projeto com o objetivo de dar oportunidade às pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida a tomar banho nas praias recifenses).

Durante a busca realizada, foram encontradas notícias relacionadas às pessoas com deficiência. As notícias são amplamente utilizadas pelos órgãos governamentais como um meio de promoção, permitindo a divulgação de informações relevantes. Por meio delas, foi possível identificar diversos investimentos, projetos e incentivos realizados pelo governo municipal para atender às necessidades desse grupo. Conforme Pina-oliveira, Silva, Silva, Miranda e Cahú (2020) em seu artigo intitulado "ANÁLISE HEMEROGRÁFICA DA PROMOÇÃO DA SAÚDE NA DIVULGAÇÃO ON-LINE DO PROJETO 'PRAIA SEM BARREIRAS'", as notícias são consideradas uma ferramenta importante de promoção. Dessa forma, ao acessar o site da Prefeitura do Recife, foram encontradas algumas notícias, que

inclui a participação de pessoas com deficiência, por exemplo: “Prefeitura do Recife reabre Museu de Arte Popular” e “Recife integra Programa Turismo Futuro do Brasil”.

Figura1 - Busca realizada no site oficial da prefeitura

RESULTADO DA BUSCA

Notícias (4) Serviços (5)

SECRETARIA DE TURISMO E LAZER | 27/03/2023 - 21:47
Recife integra Programa Turismo Futuro do Brasil

SECRETARIA DE TURISMO E LAZER | 22/09/2022 - 18:48
Prefeitura do Recife reabre Museu de Arte Popular

SECRETARIA DE TURISMO E LAZER | 23/08/2022 - 21:27
Recife é consagrado como Destino Turístico Inteligente em Transformação

SECRETARIA DE TURISMO E LAZER | 07/07/2022 - 20:20
Comemorações do São João dão o tom do próximo Viva a Guarapés, neste domingo (10)

PROCURE EM NOTÍCIAS

acessibilidade

01/05/2022 30/04/2023

Turismo

Buscar

ASSUNTOS

- › Ação Inverno
- › Administração
- › Agenda do Prefeito
- › Agricultura Urbana
- › Assistência Social
- › Assuntos Jurídicos
- › Carnaval
- › Controladoria
- › Ciência, Tecnologia e Inovação
- › Covid-19
- › Defesa Civil
- › Cultura
- › Direitos dos Animais
- › Desenvolvimento
- › Educação
- › Econômico e Empreendedorismo
- › Finanças
- › Impostos e Tributos
- › Direitos Humanos
- › Inovação Urbana
- › Esportes
- › Lazer
- › Habitação
- › Meio Ambiente
- › Infraestrutura
- › Mulher
- › Juventude
- › Planejamento Urbano

Fonte: Site da Prefeitura da Cidade do Recife

Em seguida, a análise ocorreu no outro site também disponibilizado pela prefeitura, que é o “Visit.Recife.br”. Diferentemente do site apresentado anteriormente, este é totalmente voltado para o turista, apresentando os atrativos do destino, como: praias, museus, teatros, restaurantes, hotéis, dentre outros; e também artigos, e-books e guias. Ele possui um grande diferencial referente a acessibilidade, que é a existência de tradução em libras.

Figura 2 - VLibras



Fonte: Site Visit.Recife

Nas primeiras percepções do site, também não é possível localizar nenhuma área específica para as PCDs. Mas, na página inicial se encontra um e-book chamado de “E-BOOK DO TURISMO ACESSIVEL”, que é direcionado para as PCDs. O material apresenta alguns atrativos da cidade do Recife que possuem acessibilidade e relata brevemente sobre os locais e quais necessidades eles atendem, por exemplo, o Teatro de Santa Isabel, que foi construído no governo do Conde da Boa Vista, que promoveu o afrancesamento do Recife e possui rampa de acesso, sanitário acessível, elevador, portas adaptadas, cadeiras de roda para uso, sinalizações com ícones universais, assentos para obesos, corrimão para apoio em sua área interna e facilidade de circulação para usuários de cadeira de rodas ou pessoas com mobilidade reduzida nos corredores e áreas internas.

Apesar da elaboração desse e-book ser sido um ponto positivo para a prefeitura da cidade do Recife, há pontos negativos, pois, sua elaboração não se deu de forma mais inclusiva, ou seja, além do atual e-book, poderia existir a versão em braile e áudio visual.

Com base no artigo "Aprendizagem inclusiva do tema “água” nas ciências ambientais: para estudantes deficientes visuais da rede pública de ensino do distrito federal" apresentado por Silva (2022) é possível perceber a importância de materiais didáticos como e-books para o aprendizado. Nesse sentido, a elaboração de um e-book sobre o turismo acessível é uma iniciativa importante para garantir a acessibilidade das informações sobre turismo para pessoas com deficiência. No entanto, a mesma não corrobora com a ausência de outros formatos, como em braile e audiovisual, podendo limitar a acessibilidade do e-book para pessoas com outras deficiências, como aquelas que apresentam baixa visão. Sendo assim, elaborar materiais em diferentes formas é essencial, garantindo acessibilidade de todos.

Figura 3 - E-book do Turismo Acessível



Fonte: Site Visit Recife

5.2 Instagram

Em uma segunda parte, houve a análise do Instagram oficial da prefeitura, que é @prefeiturarecife. Dando um limite temporal de aproximadamente um ano, de 01 de julho de 2022 à 24 de abril de 2023. Nele foi possível identificar 1.358 pôsteres, sendo que 14 pôsteres são voltados para o portador de deficiência de forma direta e 241 pôsteres de forma indireta, ou seja, aproximadamente 19% de 1.358 pôsteres são para as pessoas PCDs. Considerando que os indiretos são pôsteres em que as pessoas com deficiências não são o público alvo da promoção, mas que de alguma forma é publicado com acessibilidade, como o pôster da convocação da Silvana Salazar para assistir o primeiro jogo da seleção no Cais da Alfândega, que possui um interprete em linguagem de sinais e a publicação do DTI – Destino Turístico Inteligente que possui a acessibilidade como um dos pilares de impacto positivo na qualidade de vida dos moradores e na experiência dos turistas. Já os diretos são pôsteres que têm o portador de deficiência como público-alvo, que são as mais diversas áreas como: Oportunidades de trabalho exclusivas para PCD, Convites para assistir os Jogos Paralímpicos, Sorteio para o Camarote da Acessibilidade do galo de 2023, Praia sem Barreiras, dentre outros.

Figura 4 - Os Jogos Paralímpicos Recife Open 2023



Fonte: Instagram @prefeiturarecife

E analisando o Instagram @visitrecife, em um recorte temporal de aproximadamente 1 ano, de 01 de julho de 2022 à 24 de abril de 2023, nos 107 pôsteres analisados, foi não possível identificar nenhum pôster voltado para o portador de deficiência e nem acessibilidade.

Tendo por base essas duas análises, é notório que Cahú et al. (2020) corrobora na divulgação on-line dos projetos e ações, descrevendo a importância da divulgação on-line para a promoção da acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência em atividades de lazer, como os Jogos Paralímpicos divulgado no Instagram e o Praia sem Barreiras noticiada no site. De acordo com o estudo, é essencial que os projetos de inclusão e acessibilidade tenham uma presença ativa nas mídias online, principalmente nas redes sociais, para que possam alcançar um público mais amplo e conscientizá-los sobre a importância da inclusão social.

Além dos sites e páginas apresentados anteriormente, é indispensável mencionar a existência de legislações que amparam as pessoas com deficiência. Uma delas é a lei municipal nº 17.199/2006, que "INSTITUI NO ÂMBITO DA CIDADE DO RECIFE A POLÍTICA MUNICIPAL DE INCLUSÃO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA". E também a lei 18.117/2015, que introduz algumas alterações na legislação citada anteriormente. Além dessas leis, tem-se a lei nº 12.745, de 30 de dezembro de 2004, que apesar de ser uma lei estadual, ela ampara "o ingresso de idosos e portadores de deficiência física pela porta destinada ao desembarque nos ônibus de transporte coletivo da Região Metropolitana do Recife". Sem contar com o

estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei 13.146/2015) que também é aplicada na cidade do Recife. E que outros investimentos realizados também foram realizados além do transporte público sustentando pela lei 12.745/2004 mencionada anteriormente. Além dos prédios como do Bairro do Recife, a Torre Malakoff, Jardim Botânico e outros espaços públicos contém melhorias de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais. De forma geral são adaptados com piso tátil, banheiros adaptados, sinalização com alarmes sonoros e descrições em libras, dentre outros. Um bom exemplo disso é o mapa tátil instalado na Casa da Cultura. Sem contar com os workshops e treinamentos oferecidos para os profissionais da área, fazendo com que estejam aptos a atender essas pessoas de forma eficiente, buscando suprir as suas necessidades.

Diante do exposto, é inegável que a prefeitura do município do Recife trabalha para as pessoas com deficiência, criando projetos e ações que fazem com que o município possa ser considerado como um destino acessível. Apesar de possuir algumas falhas referentes ao ambiente digital.

6 CONCLUSÃO

Tendo por base os resultados encontrados na pesquisa, não se pode negar a existência de uma promoção turística para o destino da cidade do Recife voltada para o portador de deficiência. Contudo, essa promoção é muito escassa e é essencial o apoio governamental para abranger essa área do turismo.

As estratégias para promover o destino não precisam ser necessariamente inovadoras, desde que elas sejam eficazes, como: divulgação nas redes sociais, comerciais televisivos, parcerias, chamadas em vídeo, dentre outros. E essas estratégias podem ser aplicadas para nichos específicos e não apenas para o público em geral, como por exemplo as pessoas com deficiências. Tendo em vista que é um nicho que está em constante crescimento no setor turístico, pois da mesma forma que as outras pessoas sentem desejos, vontades e/ou curiosidade de conhecer e/ou passar por outras culturas, lugares, dentre outros, elas também possuem.

Considerando os resultados obtidos, foram identificados basicamente quatro meios de promoção do destino Recife para pessoas com deficiência: Elaboração de serviços, Notícias, Publicações no Instagram e Criação de e-book. Foi possível perceber a escassez na elaboração de serviços, com apenas cinco identificados. Da mesma forma, as notícias trouxeram somente quatro resultados. No Instagram, foram encontradas mais publicações, porém, em comparação com o total de publicações no período selecionado, esse número foi baixo. Além disso, não foi localizada nenhuma postagem voltada às PCDs no perfil do Visit.Recife. A elaboração do e-book foi um ponto surpreendente, no entanto, a Prefeitura da Cidade do Recife deixou o e-book menos inclusivo ao não elaborar uma versão acessível para outras deficiências.

Com isso, é aconselhável ações de marketing direcionado para esse nicho com o intuito de promover o destino. De forma geral, a disponibilização de vídeos abordando todos os atrativos do destino que possua acessibilidade, mostrando as

ferramentas, adaptações e auxílios que poderão ser usufruídos durante a visita no atrativo. Mantendo o foco na experiência e vivência que irão adquirir. Além de possuir impreterivelmente legendas e intérprete em linguagem de sinais. A finalidade dessa ação, além de divulgar o destino, é atrair turistas portadores com deficiência em nível nacional, alavancando o turismo na região e sendo um diferencial perante outros destinos similares. E com essa ação é possível atingir grande parte da população. Além disso, é importante o apoio tanto do setor privado quanto do setor público para maximizar a divulgação.

Devido a importância do assunto abordado neste estudo, sugere-se que sejam realizadas pesquisas adicionais para dar continuidade a esse trabalho. Isso permitiria avaliar se as táticas de promoção turística voltadas para pessoas com deficiência na cidade do Recife estão produzindo resultados eficazes e positivos. Seria valioso também explorar a perspectiva dos turistas com deficiência sobre a acessibilidade dos pontos turísticos e a qualidade do serviço oferecido durante a visita. Além disso, seria interessante examinar o papel das instituições governamentais e privadas na promoção do turismo acessível na área, identificando possíveis barreiras ou oportunidades para o desenvolvimento desse setor. Essas informações permitiriam aprimorar ainda mais as estratégias de promoção turística e contribuir para tornar a cidade do Recife um destino turístico mais inclusivo e inteligente.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. H.; SARAMAGO, G.; VALENTE, L. F.; SOUSA, A. S. **Análise documental e sua contribuição no desenvolvimento da pesquisa científica**. Revista de Educação Pública, Rio de Janeiro, v. 29, n. 67, p. 241-259, 2020.

BOARIA, F.; CUNHA, A. A. **Mídias sociais em turismo e hotelaria: uma revisão das pesquisas publicadas entre 2006 e 2017**. REUNA, Rio de Janeiro, v. 24, n. 3, p. 64-79, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21714/2179-8834/2019v24n3p64-79>. Acesso em: 12 jan. 2023.

BORGES, A. M. A.; SILVA, V. P. D. **Acessibilidade no turismo: um estudo reflexivo sobre o turista surdo**. Revista Acadêmica - Ensino de Ciências e Tecnologias, São Paulo, v. 4, n. 4, p. 1-10, 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Guia sobre turismo acessível**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/turismo-acessivel/sobre-o-guia-turismo-acessive>. Acesso em: 12 jan. 2023.

BUHALIS, D. **Tourism management and marketing in transformation: editor's statement and introduction to the Encyclopedia of Tourism Management and Marketing**. In: BUHALIS, D. (ed.). *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2022. p. 1-18.

CHIODO, E.; ADRIANI, H. L.; NAVARRO, F. P.; SALVATORE, R. **Collaborative Processes and Collective Impact in Tourist Rural Villages — Insights from a Comparative Analysis between Argentinian and Italian Cases**. Sustainability, [S.l.], v. 11, n. 2, p. 432, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su11020432>. Acesso em: 15 jan. 2023.

COMISSÃO EUROPEIA. **Prémio Cidade Acessível 2021**. Exemplos de boas práticas para tornar as cidades da UE mais acessíveis. Serviço das Publicações da União Europeia, 2021.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. B. **Tourism, competitiveness, and societal prosperity**. CABI Publishing, 2021.

DARCY, S.; MCKERCHER, B.; SCHWEINSBERG, S. **From tourism and disability to accessible tourism: A perspective article**. Tourism Review, v. 75, n. 1, p. 140-144, 2020. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0323>

DAY, J.; ROMANCHEK, J. L. **Sustainable Tourism for Destinations: Insights from the GSTC Destination Criteria 2.0 for Sustainable Tourism**. Tourism Insights, v. 1, 2020. <http://dx.doi.org/10.5703/1288284317276>

FERIANI, R. **Acessibilidade e a legislação brasileira: Quais requisitos legais sua empresa deve atender?** Ambplan, s.d. Disponível em: <https://amblegis.com.br/responsabilidade-social/acessibilidade-e-a-legislacao-brasileira-quais-requisitos-legais-minha-empresa-deve-atender/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

FERNANDES, L. C. A. **Acessibilidade na hotelaria: uma análise das normas para o turismo acessível no Brasil. 2022**. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), 2022.

FERST, M. C.; SOUZA, J. I. S.; COUTINHO, H. R. M. **Acessibilidade em Meios de Hospedagem: O Uso de Processos Inovadores no Atendimento das Necessidades do Turista com Deficiência**. Turismo: Visão e Ação, v. 22, n. 3, p. 446-462, 2020.

FLICK, U. **An Introduction to Qualitative Research**. 6th ed. SagePublicationsLtd, 2019.

GAMB, M. C. dos S.; COMUNELLO, F. J. **Redes de políticas públicas: a articulação entre atores públicos e privados para a promoção do turismo no município de Osório-RS**. Colóquio – Revista do Desenvolvimento Regional, v. 19, n. 2, p. 162-177, 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7th ed. Atlas, 2022.

GOVERNO DE PORTUGAL. **Portugal conquista prêmio inédito de Destino Turístico Acessível da Organização Mundial do Turismo. 2021**. Disponível em: [JEONG, Y.; KIM, S. **A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists**. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, v. 32, n. 4, p. 940-960, 2020. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>](https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/comunicacao/comunicado?i=portugal-conquista-premio-inedito-de-destino-turistico-acessivel-da-organizacao-mundial-do-turismo#:~:text=Portugal%20%C3%A9%20o%20primeiro%20pa%C3%ADs,decorre%20em%20S%C3%A3o%20Petersburgo%2C%20R%C3%BAssia. Acesso em: 20 jan. 2023.</p></div><div data-bbox=)

KRIPKA, R.; SCHELLER, M.; DE LARA BONOTTO, D. **Pesquisa documental em pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização**. Revista Pesquisa UNAD, v. 14, n. 2, p. 55-73, 2015.

LEAL, N.; EUSÉBIO, C.; ROSA, M. J. **Atitudes em relação às pessoas com deficiência: uma revisão sistemática da literatura**. Revista Brasileira de Educação Especial, v. 26, n. 4, p. 689-710, 2020. <https://doi.org/10.1590/1980-54702020v26e0062>

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 02 jan. 2023.

MACEDO, C. F.; SOUSA, B. M. **A acessibilidade no etourism: um estudo na ótica das pessoas portadoras de necessidades especiais**. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v. 17, n. 4, p. 709-723, 2019. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.050>

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Processo de transformação de destino em destino turístico inteligente**. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa Turismo Acessível**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/turismo-acessivel>. Acesso em: 07 fev. 2023.

NASCIMENTO, E. D. **Análise da produção teórica brasileira sobre o turismo e acessibilidade de 1987 a 2016**. [Dissertação de mestrado, Universidade de São

Paulo, Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades]. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100131/tde-25092018-154855/>. Acesso em: 16 mar. 2023.

NASCIMENTO, F. G. do; BULCÃO, J. N.; MELO, P. F. C. de; BRAMBILLA, A. **Turismo Acessível: um estudo em publicações da Universidade Federal da Paraíba**. Turismo e Sociedade, v. 14, n. 1, p. 151-171, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2317-3168.v14isupl.p151-171>. Acesso em: 22 jan. 2023.

OLIVEIRA, T. C. G.; SILVEIRA, C. E. **A percepção do usuário na disponibilização de maquetes táteis para pessoas com deficiência visual em atrativos turísticos – um estudo no Museu Oscar Niemeyer – Curitiba – PR**. Turismo, Visão e Ação, v. 23, n. 1, p. 169-190, 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo Acessível para Todos: Recomendações da OMT**. 20^a Assembleia Geral – Victoria Falls – Zâmbia/Zimbabwe, 24-29 Ago 2013.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. Editora Roca, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo acessível para todos**. 2016.

PAPADIMITRIOU, N. et al. **Identifying accessibility barriers in heritage museums: Conceptual challenges in a period of change**. Museum Internacional, v. 68, n. 271-272, p. 85-96, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/muse.12162>. Acesso em: 14 fev. 2023.

PINA-OLIVEIRA, A. A. et al. **Análise hemerográfica da promoção da saúde na divulgação on-line do projeto “praia sem barreiras”**. Revista Conexão UEPG, v. 16, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5212/Rev.Conexao.v.16.14424.031>. Acesso em: 12 fev. 2023.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **São Paulo ganha primeira praça 100% acessível. 2022**. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/transito/noticias/?p=193090>. Acesso em: 19 fev. 2023.

Prefeitura do Recife. **Prefeitura do Recife lança o projeto Olha! Recife inclusivo**. 2016. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/noticias/24/08/2016/prefeitura-do-recife-lanca-o-projeto-olha-recife-inclusivo>. Acesso em: 19 mar. 2023.

RAMALHO, B. P. C. **O papel dos influenciadores digitais portugueses na promoção de um destino turístico**. 2019. 116f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo) - Escola Superior de Hotelaria e Turismo, Instituto Politécnico do Porto, Vila do Conde, 2019.

REBELO, S.; PATULEIA, M.; DIAS, Á. **Inclusive tourism: Assessing the accessibility of Lisbon as a tourist destination**. *Tourism and Hospitality*, [S.l.], v. 3, p. 466-495, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/tourhosp3020030>.

RODRIGUES, I. M.; VALDUGA, V. **Turismo acessível para pessoas com deficiências: a produção científica dos periódicos de turismo do Brasil**. *Revista Turismo Em Análise*, São Paulo, v. 32, n. 1, p. 59-78, 2021. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i1p59-78>.

ROSETA, P.; SOUSA, B. M. **O papel do marketing como potenciador do ecoturismo e desenvolvimento sustentável**. *Latin American Journal of Business Management*, [S.l.], v. 10, n. 2, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5585/lajbm.v10n2.1878>.

SANTOS, M. T. dos. **Fundamentos de turismo e hospitalidade**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. Disponível em: http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_fund_de_tur_e_hosp.pdf. Acesso em: 12 mar. 2023.

SANTOS, Y. T. et al. **Planejamento e governança no contexto do desenvolvimento sustentável do turismo: uma revisão sistemática**. *Revista Caminhos de Geografia*, [S.l.], v. 23, n. 90, p. 301-316, 2022. DOI: <http://doi.org/10.14393/RCG239061333>.

SHARAKI, A. A. **Urban planning for physically disabled people's needs with case studies**. *Spatial Information Research*, [S.l.], v. 29, p. 173-184, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41324-020-00343-9>.

SILVA, N. C. T. P. da. **Contributos do planeamento inclusivo na promoção do turismo acessível: O caso de estudo do Centro Histórico de Guimarães**. Mestrado em Geografia - Especialização em Sistemas de Informação Geográfica. Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, 2022. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/82940>. Acesso em: 22 fev. 2023.

SILVA, T. M. G. **Aprendizagem inclusiva do tema “água” nas ciências ambientais: para estudantes deficientes visuais da rede pública de ensino do Distrito Federal**. Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

SUSANTO, E. et al. **Visiting tourism destination: Is it influenced by smart tourism technology?**. Journal of Industrial Tourism and Development Studies, v. 8, p. 145-158, 2020. DOI: 10.21776/ub.jitode.2020.008.02.08.

UNIÃO EUROPEIA. **10 anos de Prémio Cidade Acessível: Exemplos de boas práticas para tornar as cidades da UE mais acessíveis**. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2020.