DOI 10.53681/fzax2r58

ACESSIBILIDADE EM TURISMO: UM DESAFIO IGNORADO OU UMA OPORTUNIDADE DESPERDIÇADA?

THE ACCESSIBILITY IN TOURISM: A IGNORED CHALLENGE OR A MISSED OPPORTUNITY?

George Ramos[1]*; José Rodrigues*[2]*; Paula Reis*[3]

Resumo

A acessibilidade e inclusão em turismo emergem como temas cruciais para a sociedade contemporânea, procurando promover a participação plena e igualitária de todas as pessoas, independentemente das suas capacidades. A acessibilidade em turismo envolve a eliminação de barreiras arquitetónicas, comunicacionais e atitudinais que possam limitar o acesso de pessoas com necessidades especiais a bens, serviços e locais turísticos. O artigo baseia-se na revisão de literatura atualizada sobre acessibilidade e turismo, destacando lacunas significativas entre a oferta turística tradicional e as realidades enfrentadas pelos visitantes com necessidades especiais. A implementação de práticas acessíveis e inclusivas em turismo tem impactos significativos. Em termos sociais, cria-se uma sociedade mais justa e equitativa, onde as oportunidades de participação são estendidas a todos. Em termos económicos, a expansão do turismo acessível aumenta o fluxo de visitantes, gerando empregos e promovendo o desenvolvimento local. Os destinos turísticos acessíveis e inclusivos podem atrair um público mais diversificado e abrangente, ampliando o mercado potencial. O papel das políticas públicas é fundamental para incentivar e regulamentar a acessibilidade e inclusão em turismo, através da criação e implementação de diretrizes que orientem o setor privado, setor público, organizações não governamentais e comunidade local. Ao mesmo tempo, é essencial a colaboração entre diferentes atores, como empresas turísticas, organizações não governamentais e instituições de ensino e centros de investigação, para desenvolver projetos que impulsionem a melhoria contínua da acessibilidade e inclusão. A acessibilidade e inclusão no turismo são premissas indispensáveis para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Ao remover barreiras físicas e sociais, e ao promover a valorização das diversidades, os destinos turísticos podem-se tornar mais acolhedores e enriquecedores para todos os seus visitantes. O investimento em práticas acessíveis e inclusivas beneficia os indivíduos com necessidades especiais e fortalece o setor

[1] gramos@ipcb.pt; Instituto Politécnico de Castelo Branco; CITUR - Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo.
[2] jose_rodrigues@ipt.pt; Instituto Politécnico de Tomar; Techn&Art – Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes.
[3] paula.reis@ipportalegre.pt; Instituto Politécnico de Portalegre; VALORIZA - Centro de Investigação para a Valorização de Recursos Endógenos.

turístico como um todo, criando oportunidades para o crescimento sustentável e o desenvolvimento humano.

Palavras-chave: acessibilidade; inclusão; turismo; necessidades especiais.

Abstract

Accessibility and inclusion in tourism emerge as crucial themes for contemporary society, seeking to promote the full and equal participation of all people, regardless of their abilities. Accessibility in tourism involves the elimination of architectural, communicational, and attitudinal barriers that may limit the access of people with special needs to services and tourist sites. The article is based on an updated literature review on accessibility and tourism, highlighting significant gaps between the traditional tourist offer and the realities faced by visitors with special needs. The implementation of accessible and inclusive practices in tourism has significant impacts. In social terms, a fairer and more equitable society is created, where participation opportunities are extended to all. In economic terms, the expansion of accessible tourism increases the flow of visitors, generating jobs and promoting local development. Accessible and inclusive tourist destinations can attract a more diverse and wide audience, expanding the potential market. The role of public policies is fundamental to encourage and regulate accessibility and inclusion in tourism, creating and implementing guidelines to guide the private sector, public, NGOs and local community. At the same time, collaboration between different actors, such as tourist companies, non-governmental organizations, HEIs and research centres, is essential to develop projects that drive the continuous improvement of accessibility and inclusion. Accessibility and inclusion in tourism are essential premises for building a more just and egalitarian society. By removing physical and social barriers, and promoting the appreciation of diversity, tourist destinations can become more welcoming and enriching for all their visitors. Investing in accessible and inclusive practices benefits individuals with special needs and strengthens the tourism sector, creating opportunities for sustainable growth and human development.

Keywords: accessibility; inclusion; tourism; special needs.

1. INTRODUÇÃO

Nas recentes décadas, o turismo emergiu como uma poderosa força alavancadora da economia a nível global, promovendo o desenvolvimento socioeconómico e sociocultural em quase todo o planeta. Enquanto o turismo continua a expandir as suas fronteiras e amplitude, uma dimensão fundamental tem sido ignorada em termos de operação: a acessibilidade. Este artigo procura analisar esta problemática à luz dos fundamentos da necessidade de inverter essa negligência.

A acessibilidade, enquanto facilidade de acesso e utilização de locais, serviços e produtos por pessoas com diferentes capacidades e necessidades, é uma componente decisiva para garantir que o turismo seja verdadeiramente inclusivo e acessível a todos.

Apesar dos significativos avanços em muitas áreas, a acessibilidade em turismo continua a ser um desafio em muitos destinos no mundo.

Este artigo propõe a exploração da questão da acessibilidade no contexto do turismo, questionando se é um desafio que tem sido sistematicamente ignorado ou uma oportunidade valiosa que tem sido desperdiçada. Ao examinar o contexto, as barreiras existentes, a regulamentação fundamental e as políticas prosseguidas, procura abrir caminho para possíveis soluções e estimular o debate sobre a importância de priorizar a acessibilidade no planeamento e desenvolvimento do turismo.

A metodologia utilizada na construção do artigo foi a revisão bibliográfica enquanto processo sistemático para identificar, avaliar e sintetizar literatura existente sobre os tópicos de pesquisa enunciados nas palavras-chave, assente em fontes de informação pertinentes ao tema. Dada a extensividade da temática, a literatura não foi filtrada por ano de publicação e centrou-se em relatórios, artigos académicos e livros, na língua portuguesa, espanhola e inglesa.

2. OS DIREITOS E A ACESSIBILIDADE

2.1. Turismo: um direito civilizacional

As sociedades modernas e as novas formas de organização económica e do trabalho contribuíram fortemente para a crescente importância do turismo de tal forma que hoje é impossível imaginar uma vida normal sem períodos de lazer e escapismo. As férias são uma realidade recente nas sociedades ocidentais, mas a sua plena generalização e democratização é agora entendida como alargada a grupos ou setores da população que tradicionalmente se mantiveram afastados dos mercados padrão. O setor expandiu-se das classes mais abastadas no século XIX e primeira metade do século XX para as classes trabalhadoras, jovens e idosos e, claro, pessoas com deficiência ou incapacidade.

No mesmo contexto evolutivo, surgiu a proposta de Vašák (1977) em torno da classificação das gerações de direitos humanos procurando resumir e compreender a evolução dos direitos humanos ao longo da história. As três gerações de direitos que ele identificou são: primeira geração - direitos civis e políticos, enquanto direitos individuais básicos que se concentraram principalmente na proteção dos indivíduos contra a ação arbitrária do Estado (liberdade de expressão, liberdade de religião, direito à vida, liberdade de associação, e direito a um julgamento justo): segunda geração - direitos económicos, sociais e culturais, associados à justiça social e económica, procurando garantir condições de vida dignas para todos na sociedade (direito ao trabalho, direito à educação, direito à saúde, direito a habitação e direito à segurança social); terceira geração - direitos de solidariedade ou coletivos, relacionados com o bem-estar coletivo e com a preservação do meio ambiente (direito ao desenvolvimento, direito à paz, direito ao meio ambiente saudável e direito à autodeterminação dos povos).

Nessa perspetiva, é essencial que as políticas adotadas por cada Estado, incluindo Portugal, sejam concebidas e implementadas de modo a garantir que o turismo esteja ao alcance de todos, não apenas em termos de custo, alojamento e

transporte, mas particularmente no que diz respeito à acessibilidade física (*barrier free*), à disponibilidade de informações, comunicação e facilidade de uso, bem como à criação de experiências turísticas acessíveis (CNAD, s/d).

A população dos mercados turísticos mais maduros está a envelhecer (fenómeno da contemporaneidade) e a procura está a requerer acesso e inclusão à oferta turística, gerando um potencial no âmbito do turismo sénior significativo; o crescimento das atividades turísticas gera concorrência (na relação preço-qualidade), novos produtos, serviços e destinos, benéficos para o turista; as pessoas com necessidades especiais exigem uma participação igualitária na sociedade, que deve ser respeitada pelos prestadores de serviços turísticos.

2.2. Evolução da abordagem em torno da acessibilidade

Estas preocupações têm vindo a ser pensadas e trabalhadas por várias entidades oficiais de turismo. Por exemplo, na Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial (1980), os termos turismo e acessibilidade foram vinculados pela primeira vez. O turismo foi reconhecido como um direito fundamental para a qualidade de vida e um veículo chave para o desenvolvimento humano e a Organização Mundial de Turismo (OMT) recomendou que os Estados regulassem os serviços turísticos, proporcionando o melhor acesso prático, eficaz e não discriminatório à atividade turística (WTO, 1980). No ano seguinte, 1981, foi declarado o "Ano Internacional das Pessoas com Deficiência" pelas Nações Unidas.

Em 1989, o relatório britânico Tourism for All (Baker, 1989) resultante de um congresso realizado no Reino Unido, instou e recomendou que a indústria do turismo levasse em consideração as necessidades de todas as pessoas, especialmente grupos que enfrentavam situações de desvantagem, pois só assim os benefícios do turismo poderiam ser aplicados a todos. Esta foi a década também em que a Assembleia Geral da ONU adotou a resolução "Normas padrão sobre a igualdade de oportunidades para pessoas com deficiência", em que recomenda a implementação de políticas voltadas para a conquista de direitos iguais para pessoas com deficiência (UN, 1993). Paralelamente, em 1999, foi proclamado o Código de Ética Mundial do Turismo (WTO, 1999) que no seu artigo 7º estabelece o direito inalienável ao turismo por parte de todos, incluindo explicitamente pessoas com necessidades especiais.

Em 1991, os ideais e recomendações da Declaração de Manila da OMT foram incorporados na resolução "Criando oportunidades de turismo para pessoas com deficiência nos anos noventa" (OMT, 1991). Este texto definiu o conceito de pessoa com deficiência e colocou o problema das barreiras ao turismo. Em 2005, esta resolução foi substituída pelo texto "Turismo Acessível para Todos". O documento explicitava com detalhe os requisitos de acessibilidade que cada elemento que compõe o sistema turístico deveria possuir (WTO, 2005). Mais tarde, em 2009, a OMT abordou mais uma vez a importância da acessibilidade na Declaração sobre a Facilitação de Viagens Turísticas (WTO, 2009).

Em 2006, foi criada a ENAT - European Network for Accessible Tourism (Rede Europeia de Turismo Acessível) com o objetivo de tornar os destinos turísticos europeus, os seus produtos e serviços, acessíveis a todos os visitantes. A sua missão é

promover o turismo acessível a uma escala global, procurando garantir que pessoas com diferentes necessidades de acessibilidade possam usufruir plenamente das experiências de viagem.

Depois, a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência (UN, 2007) incluiu a acessibilidade e participação na vida cultural e nas atividades recreativas de lazer e desporto como um direito específico para as pessoas com necessidades especiais. As pessoas com estas limitações frequentemente optam por não realizar viagens turísticas devido a uma combinação de fatores, incluindo a falta de informação confiável, a falta de formação dos agentes da oferta turística, a falta de recursos financeiros e as experiências anteriores negativas (Gfk, 2015). A falta de serviços e locais acessíveis pode reduzir o desejo de muitas pessoas com necessidades especiais em viajar (Neumann & Reuber, 2004).

Posteriormente, foi assinado em 2011 um acordo de colaboração tripartida entre a OMT, a Fundação ONCE e a Rede Europeia para o Turismo Acessível (ENAT), gerando a elaboração de um documento de recomendações gerais sobre Turismo Acessível (WTO, 2013) que mais tarde originou um manual mais completo de Turismo Acessível (WTO, 2016).

No mesmo ano, foi publicada pela International Organization for Standardization (ISO) a Norma ISO: 21542 (entretanto revista pela Norma ISO 21542:2021) que visava a acessibilidade e usabilidade dos espaços construídos e da sua envolvente.

A estratégia europeia em matéria de acessibilidade assenta nos resultados obtidos da Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020 (CE, 2010), que abriu caminho a uma Europa sem barreiras, onde as pessoas com deficiência pudessem gozar os seus direitos e participar plenamente na sociedade e na economia. Apesar dos progressos realizados nessa década, as pessoas com deficiência continuam a enfrentar obstáculos consideráveis e correm maiores riscos de pobreza e exclusão social, o que suscitou uma renovação da estratégia (CE, 2021) que passou a ter em conta a diversidade da deficiência e inclui as incapacidades duradouras físicas, mentais, intelectuais ou sensoriais (em conformidade com o artigo 1.º da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência), que são frequentemente invisíveis. Ao abordar os riscos de desvantagens múltiplas com que se deparam as mulheres, as crianças, os idosos, os refugiados com deficiência e as pessoas com dificuldades socioeconómicas, a estratégia promove uma perspetiva intersetorial, em consonância com a Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Em Portugal, Decreto-Lei n.º 123/1997, de 22 de maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto e pelo Decreto-Lei n.º 125/2017, de 4 de outubro, definiu as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais e o Instituto Português da Qualidade (IPQ) publicou a Norma Portuguesa 4523/2014 - Turismo Acessível em Estabelecimentos Hoteleiros (revista em 2018), que possuía como finalidade promover boas práticas de serviço em estabelecimentos hoteleiros, com vista a definir um referencial de qualidade em matéria de atendimento inclusivo

(a forma como os serviços são prestados) e acessibilidade do meio físico (as condições materiais para a prestação do serviço).

O Plano Nacional de Promoção da Acessibilidade (PNPA), publicado em 2007 (Resolução do Conselho de Ministros nº 9/2007, de 17 de janeiro de 2007) constituiu um instrumento estruturante das medidas que visavam a melhoria da qualidade de vida de todos os cidadãos e, em especial, a realização dos direitos de cidadania das pessoas com necessidades especiais.

Em 2009, o Estado português ratificou a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência, um tratado internacional adotado pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 2006, que visava promover, proteger e garantir o pleno e igual exercício de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais por pessoas com deficiência, e promover o respeito pela sua dignidade inerente. A partir deste momento, Portugal aceitou formalmente as obrigações estabelecidas pela Convenção e comprometeu-se com a implementação das suas disposições.

A Estratégia Turismo 2027 (TdP. 2017) incluiu com um dos objetivos a atingir tornar Portugal como um destino de turismo para todos, alcançável com medidas como a implementação de ações de sensibilização e de capacitação das empresas e organizações turísticas para o 'turismo para todos', apoio a projetos (de adaptação e melhoria de infraestruturas, equipamentos e de recursos turísticos) que promovam a acessibilidade e o usufruto da oferta turística e a promoção de Portugal como destino LGBTI.

Recentemente, destaca-se um conjunto de iniciativas e medidas específicas que procuraram promover a autonomia, participação e autodeterminação das pessoas com deficiência: a Prestação Social para a Inclusão, o Regime Jurídico para a Educação Inclusiva, a criação do Programa "Modelo de Apoio à Vida Independente", a aprovação do novo Regime Jurídico do Maior Acompanhado, a Promoção da Empregabilidade das Pessoas com Deficiência e a Promoção das Acessibilidades Físicas e Digitais. Estas iniciativas culminaram na implementação de uma Estratégia Nacional para a Inclusão das Pessoas com Deficiência (ENIPD), para o período de 2021-2025 enquanto corolário de uma sociedade que se quer mais justa, mais solidária, que respeita a diversidade e a encara como um fator de riqueza e de progresso.

No Plano de Ação Turismo 2020 (TdP, s/d), que constituiu o referencial estratégico para o ciclo de programação comunitária 2014-2020, foi contemplado o projeto "Tornar Portugal um destino acessível para todos", onde é incentivada a inclusão da acessibilidade na oferta turística, enquanto fator diferenciador da qualidade do serviço, no quadro da proposta de valor de Portugal como destino turístico.

A publicação da NP ISO 21902 – Turismo acessível para todos, publicada a 18 de abril de 2022 (ISO 21902:2021) foi um passo em frente em relação à facilitação do acesso à fruição turística por pessoas de todas as idades e capacidades.

Desde então, assiste-se à progressiva aceitação do conceito de "turismo para todos" nas organizações europeias e americanas, numa evidente harmonia revelando o que alguns autores chamam de "Turismo de Qualidade"[4] (WTO, 2016). Hoje é comum

[4] Este foi, de facto, o *leit motiv* para o lançamento do programa *All for All – Portuguese Tourism* do Turismo de Portugal, IP, em 2016 e para o lançamento de um conjunto de Guias de Acessibilidade em atividades turísticas diferenciadas.

ouvir a expressão em todos os idiomas, e o alcance é perfeitamente compreensível para profissionais de todos os países.

Simultaneamente com a conquista do novo conceito, nasceu a filosofia do "Turismo de Qualidade". Nas duas últimas décadas do século XX, sentiu-se que a oferta turística não se presta apenas à simples conceção de condições naturais, momentos ou acontecimentos, mas também alarga o seu interesse à satisfação das necessidades de potenciais clientes, desenvolvendo a ideia de qualidade.

Neste enquadramento surge o "turismo para todos", entendido como perfeitamente enquadrado na mesma linha de filosofia dos operadores. A exigência de qualidade e conforto pressupõe acessibilidade total, entendida nos termos acima referidos.

Definir turismo acessível não é uma tarefa fácil, por duas ordens de razão (WTO, 2016): por um lado, a investigação realizada sobre Turismo Acessível e própria evolução do conceito deram origem a vários sinónimos de Turismo Acessível que são utilizados em diferentes países, sem que exista um acordo sobre a utilização de um termo comum - Turismo Inclusivo, Turismo Adaptado, Turismo para Todos, Turismo Sem Barreiras, Turismo de Fácil Acesso e Turismo Universal; por outro, desde a associação do turismo com a acessibilidade, houve uma série de tentativas de chegar a uma definição concreta do termo, mas nenhum acordo foi alcançado sobre uma única definição, apesar de que o conceito possui um foco cada vez mais nítido, que permita a satisfação de todas as partes interessadas.

Não surpreendentemente, criar um bom produto também significa reconhecer o mercado potencial representado pelas pessoas com necessidades especiais e pelas suas famílias e/ou acompanhantes. A conceção de um modelo que inclua a exigência de "Turismo para Todos" num quadro de qualidade é um pequeno passo para a viabilização da atividade turística, proporcionando serviços mais amplos e seguros e não constituindo um ónus adicional para o próprio desenvolvimento. Uma maior compreensão das necessidades dos turistas com necessidades especiais e uma maior atenção para esta questão ao nível local, regional, nacional e internacional ajudará a alcançar uma verdadeira igualdade de oportunidades para estas pessoas a quem muitas vezes são negados os seus direitos fundamentais por dificuldades de acesso a atrações turísticas (naturais e construídas), unidades de alojamento, restauração, transporte e atividades de animação e outros serviços turísticos, limitando a obtenção do hedonismo através do turismo.

Neste sentido, a o mercado do turismo acessível deve ser levado em linha de conta devido a dois aspetos essenciais.

Primeiro, estima-se que cerca de 1,3 mil milhões de pessoas (16% da população mundial) viva com algum tipo de necessidade especial, um número que continuam a crescer e que já ultrapassou as perspetivas da Organização Mundial de Saúde para 2050 publicadas em 2011 (WHO & WB, 2011). Pessoas com necessidades especiais invisíveis podem beneficiar da melhoria da acessibilidade, incluindo grávidas, pessoas com necessidades temporárias, idosos e famílias com crianças pequenas; juntos, estes grupos constituem mais de um quinto da população mundial (Domínguez Vila, Darcy & González Alén, 2015). É expectável que a acessibilidade seja uma preocupação ainda maior no futuro já que a prevalência das necessidades

especiais aumenta com o envelhecimento da população em países desenvolvidos, associando a falta de mobilidade à idade. O aumento global de doenças crónicas (diabetes, doenças cardiovasculares, cancro e transtornos de saúde mental) também indicam que esses números poderão aumentar (WHO & WB, 2011). De acordo com os Censos (INE, 2021), 43,7% da população residente em Portugal possui, pelo menos, um tipo de dificuldade.

É neste contexto geral que a Organização Mundial do Turismo (WTO, 2016) considera o turismo acessível como uma oportunidade de crescimento económico, social e cultural para os territórios-destino.

3. AS DIMENSÕES DA ACESSIBILIDADE EM TURISMO

A acessibilidade em turismo tem-se tornado um tema cada vez mais relevante na sociedade, procurando garantir que todos tenham igualdade de oportunidades para desfrutar e participar plenamente nas experiências turísticas sustentadas nos princípios do desenho universal. A acessibilidade vai além da mera remoção de barreiras físicas e engloba diferentes dimensões, desde a acessibilidade física e comunicacional até a inclusão social e cultural (WTO, 2019; INR, 2020).

A acessibilidade física é uma dimensão essencial da inclusão em turismo e refere-se à eliminação de barreiras físicas em locais turísticos, como hotéis, restaurantes, museus, transportes e atrações turísticas (Buhalis, Ambrose & Darcy, 2012). A colocação de rampas de acesso, corrimões, elevadores, espaços adaptados, sinalizações táteis e estacionamentos adequados são algumas das medidas que podem ser adotadas para garantir a acessibilidade física. Além disso, a adaptação de espaços e infraestruturas deve levar em consideração as necessidades de pessoas com diferentes deficiências, como utilizadores em cadeiras de rodas, pessoas com mobilidade reduzida e deficientes visuais (Darcy & Dickson, 2009). Estas adaptações promovem a mobilidade e a independência de pessoas com deficiência física ou com mobilidade condicionada.

A acessibilidade comunicacional é outra dimensão importante na inclusão em turismo e procura assegurar que todas as informações relacionadas com o turismo sejam acessíveis a todos (Buhalis & Michopoulou, 2011; Scheyvens & Biddulph, 2018; Natalia, Clara, Simon, Noelia & Barbara, 2019). Este objetivo envolve tornar a informação acessível a todos os visitantes, independentemente das suas capacidades sensoriais ou linguísticas, através da disponibilização de materiais em formatos acessíveis, como braille, letras ampliadas, audioguias e legendas. É igualmente importante formar adequadamente os atuais e futuros profissionais do setor turístico para uma comunicação inclusiva, garantindo que estejam preparados para atender pessoas com diferentes tipos de necessidades, como pessoas surdas ou com deficiência intelectual (Gillovic & McIntosh, 2020).

A acessibilidade atitudinal envolve a promoção de uma cultura inclusiva, na qual todos os turistas são tratados com respeito e igualdade; diz respeito à diminuição de preconceitos, estereótipos e discriminações que podem afetar a experiência de turistas com necessidades especiais (Darcy, McKercher & Schweinsberg, 2020). É fundamental promover uma cultura de respeito e empatia, sensibilizando a sociedade

em geral para que reconheça a igualdade de direitos e oportunidades para todas as pessoas, independentemente das suas capacidades físicas ou mentais. Iniciativas de sensibilização, campanhas educativas e formação técnica são importantes para promover a inclusão e superar as barreiras atitudinais (Benjamin, Bottone & Lee, 2021).

Já a acessibilidade social e cultural refere-se à inclusão plena de todos os indivíduos na sociedade, garantindo que todas as pessoas tenham oportunidades iguais de participar nas atividades turísticas (Darcy, McKercher & Schweinsberg, 2020). Tal implica a promoção da acessibilidade financeira, para que pessoas de diferentes condições económicas possam usufruir do turismo (Tribe, 2020), bem como a inclusão de grupos marginalizados, como idosos, crianças, pessoas com doenças crónicas e outras necessidades especiais e famílias de baixos rendimentos. A inclusão social no turismo envolve a promoção de atividades acessíveis e adaptadas, a criação de oportunidades de participação e o fornecimento de infraestruturas adequadas para atender às diversas necessidades dos turistas (Zajadacz, 2015). A acessibilidade cultural é uma dimensão que procura garantir que as experiências turísticas sejam inclusivas e respeitem as diferentes identidades culturais, o que envolve a valorização da diversidade cultural, o respeito pelas tradições e costumes locais e a promoção de experiências autênticas para todos os visitantes (Richards, 2007). O turismo cultural inclusivo envolve a participação ativa das comunidades locais, a adaptação de atividades para diferentes públicos e a celebração da riqueza cultural de cada destino (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2015). É importante que os destinos turísticos sejam pensados de forma a atender às diversidades sociais e garantir a participação de todos (Buhalis, Ambrose & Darcy, 2012).

A acessibilidade web refere-se à prática de tornar os sítios e aplicações da web acessíveis e utilizáveis por todas as pessoas, o que envolve o desenvolvimento de conteúdo de forma a ser percebido e utilizado por uma ampla variedade de utilizadores, independentemente das suas capacidades ou limitações. Embora a tecnologia seja um elemento central, a abrangência de um destino inteligente (e turístico) deve englobar também as pessoas e comunidades, informações, infraestrutura e equidade social (Albino *et al*., 2015; Ivars-Baidal *et al*., 2023; Okafor *et al*., 2022; Rucci *et al*., 2021). Portanto, é essencial estabelecer uma conexão entre a infraestrutura física, tecnológica, social e empresarial. Abordar esta questão requer tecnologia acessível para garantir a participação efetiva de toda a sociedade (Buhalis *et al*., 2019; Zhang & Cole, 2016). A Diretiva (EU) 2019/882 (2019) que estipulou o European Accessibility Act destaca que as tecnologias da informação e comunicação e as plataformas digitais têm o potencial de eliminar muitos dos obstáculos enfrentados pelas pessoas com necessidades especiais. A inclusão deve considerar as diversas necessidades e diferenças dentro dos grupos sociais vulneráveis (Buhalis *et al*., 2019; Lam *et al*., 2020; Rubio-Escuderos *et al*., 2021), além das necessidades de idosos ou pessoas com problemas de saúde.

Promover a acessibilidade em turismo é um imperativo ético e legal, além de ser uma oportunidade para o desenvolvimento sustentável do setor (Buhalis & Darcy, 2011). Ao considerar as dimensões da acessibilidade é possível criar ambientes inclusivos e igualitários, oferecer informações adequadas e acolher todos os turistas,

nos quais todos possam desfrutar plenamente das experiências turísticas (WTO, 2019). A implementação de políticas e práticas acessíveis beneficia não apenas os turistas com necessidades especiais, mas também a sociedade como um todo, permitindo que todos possam vivenciar e partilhar as riquezas culturais e naturais que o turismo oferece. Para atingir este objetivo, o trabalho em rede e colaborativo (no turismo como em outras atividades) assume-se como relevante, seja pela via da partilha de conhecimentos, experiências e boas práticas, seja pelo alcance de uma escala maior, seja até por via do *lobbiyng* político.

4. COMPETITIVIDADE PELA ACESSIBILIDADE

Sendo o turismo um dos setores mais importantes em termos de impacto económico e social, torna-se imperativo adotar uma abordagem inclusiva, que promova a acessibilidade para todos os visitantes, para garantir o seu crescimento sustentável. Como referido, a acessibilidade turística refere-se à capacidade de um destino ou serviço turístico ser facilmente acessível, compreendido e utilizado por pessoas com diferentes capacidades físicas, sensoriais e cognitivas; a inclusão turística, por sua vez, envolve a criação de ambientes e experiências turísticas que sejam acolhedores, respeitosos e acessíveis para todos.

A acessibilidade e a inclusão turística ampliam o mercado potencial para destinos turísticos. Pessoas com algum tipo de incapacidade, idosos, famílias com crianças pequenas e pessoas com necessidades especiais têm um enorme potencial de consumo (Buhalis & Darcy, 2011). Ao adaptar a sua infraestrutura e serviços para satisfazer as necessidades desses segmentos, os destinos turísticos podem atrair um número maior de visitantes e aumentar as sua receitas. Esta abordagem promove a inclusão social e melhora a qualidade de vida de todos os membros da sociedade.

O envelhecimento da população é uma das principais tendências que impulsionam o crescimento do turismo acessível e inclusivo (Page & Connell, 2022). À medida que mais pessoas entram na terceira idade, a procura por destinos e serviços turísticos adaptados às suas necessidades aumenta, incluindo a oferta de alojamento acessível, transporte adaptado, passeios e atividades adequadas para pessoas idosas.

Por outro lado, pessoas com deficiência também representam uma parte significativa da população global e estão cada vez mais a procurar experiências de viagem (Popiel, 2016). Quanto maior a consciencialização sobre os direitos das pessoas com deficiência, mais os destinos turísticos se adaptam para atender às suas necessidades, oferecendo infraestruturas acessíveis e serviços inclusivos, o que cria oportunidades para empresas e destinos que estão prontos para as necessidades deste mercado em expansão (Gondos, 2019). Vários países têm também implementado leis e regulamentações para promover a acessibilidade em diferentes setores, incluindo o turismo, o que viabiliza igualmente o crescimento do mercado.

No caso de viagens com crianças pequenas, as famílias pesquisam sobre destinos e serviços turísticos que facilitem essas viagens. A oferta de infraestrutura e serviços adequados para famílias, como alojamento espaçoso, áreas de lazer infantil e facilidades para alimentação e cuidados infantis, podem atrair um número significativo de viajantes (Ghete, 2015).

Os turistas estão pretendem obter experiências autênticas e memoráveis, que vão além das atrações turísticas tradicionais (Paulauskaite, Powell, Coca, & Morrison, 2017). Os destinos que conseguem oferecer experiências turísticas acessíveis e inclusivas têm uma vantagem competitiva por essa via, uma vez que conseguem proporcionar vivências únicas e significativas para todos os visitantes, independentemente das suas capacidades.

Os visitantes com necessidades especiais ou mobilidade reduzida tendem a planear com antecedência as suas viagens e a permanecer mais tempo num destino (Linderová & Scholz, 2019). Além disso, eles geralmente despendem mais em alojamentos acessíveis, transportes adaptados, alimentação, serviços e atividades. Ao oferecer uma experiência turística inclusiva, os destinos podem beneficiar do aumento do tempo de permanência dos visitantes e dos seus gastos (Linderová & Scholz, 2019).

Ao promover a acessibilidade e a inclusão, os destinos turísticos têm a oportunidade de sensibilizar a sociedade sobre as necessidades das pessoas com deficiência e outros grupos vulneráveis (Devile, 2009), podendo levar a uma mudança de atitude e ao desenvolvimento de uma sociedade mais inclusiva e igualitária.

Os destinos turísticos que se esforçam para serem acessíveis e inclusivos ganham uma imagem positiva perante os turistas (Gondos, 2019). Eles são percebidos como destinos acolhedores, preocupados com a diversidade e respeitadores dos direitos humanos. Esta imagem positiva atrai visitantes, empresas e investimentos, fortalecendo a reputação do destino. Neste sentido, a acessibilidade e a inclusão podem-se tornar fatores de diferenciação competitiva para os destinos turísticos (Domínguez Vila, Alén González & Darcy, 2019). Num mercado global altamente competitivo, os destinos que se destacam pela sua oferta acessível e inclusiva têm maior probabilidade de atrair turistas à procura de experiências autênticas e inclusivas.

As potencialidades de mercado apontam para a necessidade de formação adequada por parte dos profissionais do setor turístico no sentido de garantir que eles possam considerar as necessidades dos visitantes com diferentes capacidades (Costa, 2023). Além disso, é importante promover a consciencialização e a sensibilização desses profissionais para que eles possam oferecer um serviço acolhedor e inclusivo (Gondos, 2019).

A colaboração entre governos, empresas privadas e organizações da sociedade civil é fundamental para promover a acessibilidade e a inclusão turística. A procura por parcerias estratégicas pode conduzir ao desenvolvimento de políticas eficazes, à partilha de conhecimentos e à implementação de soluções inovadoras (WTO & Fundación ACS, 2015).

A WTO (2015) realizou um esforço para medir o turismo acessível e publicou um modelo de indicadores para medir a acessibilidade como parte da cadeia de valor do turismo. O modelo considera oito estágios (e subestágios), sendo que cada estágio inclui uma série de indicadores. Neste documento, a WTO propõe uma definição da cadeia de valor do turismo e a aplicação de indicadores adequados, que devem ser avaliados através dos seguintes parâmetros principais: acesso, limpeza, espaços comuns, gestão, informação e comunicação, mobilidade, formação de pessoal, serviços e uso. Embora considerada uma medida abrangente em termos da medição do turismo acessível, esta metodologia tem a desvantagem de ser difícil de ser colocada

em prática uma vez que as informações necessárias são, em vários casos, difíceis de obter (Porto, Rucci & Ciaschi, 2018).

Porto, Rucci & Ciaschi (2016, 2017) concluíram dois estudos relacionados com o turismo acessível e a competitividade. No primeiro estudo (Porto, Rucci & Ciaschi, 2016) foram analisados seis países da América Latina no período 1995-2014. Os resultados obtidos indicam que a acessibilidade tem vindo a aumentar ao longo dos anos, principalmente a partir de 2006, conclusão que foi relacionada com a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência e com as condições de acessibilidade de 2010 para os Sítios do Património Mundial; também concluíram que o Brasil e a Argentina têm maior acessibilidade em termos de politicas públicas (quadros legais, organizações para o gestão do turismo e deficiência, programas nacionais), nomeadamente nos recursos turísticos mais relevantes (Sítios do Património Mundial). No segundo estudo, Porto, Rucci & Ciaschi (2017) aplicaram uma versão revista do índice de Porto e Rucci (2016) relacionado com a especialização turística para quatro países da América do Sul, demostrando que quando os destinos se tornam mais acessíveis, essa mudança tem um efeito positivo sobre os fluxos turísticos.

Porto & Rucci (2016) desenvolveram uma metodologia para medir a acessibilidade no turismo, em sentido amplo, baseada numa análise da competitividade abrangente do destino turístico a partir de uma perspetiva de deficiência e acessibilidade. Leva em consideração variáveis que mostram a vontade política dos países para o turismo acessível, incluindo a população de pessoas com deficiência, as estruturas legais, a capacidade do governo para implementar legislação que apoie a infraestrutura turística e serviços que atendam às necessidades de visitantes com deficiência.

A literatura cada vez mais começou a considerar a acessibilidade como um dos quatro eixos para o desenvolvimento de cidades e destinos inteligentes - inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade (Ministry for Industry, Energy and Tourism of Spain, 2015; Lheureux-De-Freitas & Macanar, 2013; Suryotrisongko, Kusumaa & Ginardib, 2017). A componente acessibilidade torna-se um item essencial a ser incluído na mensuração da competitividade.

A acessibilidade e a inclusão são fatores-chave que impulsionam a competitividade turística de um destino. Ao criar um ambiente acessível e inclusivo, os destinos podem aumentar o seu mercado-alvo, melhorar a satisfação do cliente, fortalecer a sua reputação e imagem, impulsionar o desenvolvimento económico local e diferenciar-se de destinos concorrentes. Investir na acessibilidade e na inclusão é, também, uma estratégia inteligente para os destinos turísticos que procuram o seu crescimento.

5. O DESENHO UNIVERSAL

O termo “Desenho Universal” foi criado pelo arquiteto Ronald L. Mace, um dos principais defensores e pioneiros do conceito. Mace foi um líder influente no campo da acessibilidade e inclusão, trabalhando para promover a igualdade de oportunidades para todas as pessoas, independentemente das suas capacidades físicas ou cognitivas. Ao longo da sua carreira, Ronald Mace desenvolveu conceitos e

princípios fundamentais para o Desenho Universal, enfatizando a importância de criar ambientes, soluções, produtos e serviços acessíveis e utilizáveis por todas as pessoas, independentemente das suas capacidades físicas, sensoriais ou cognitivas. Objetiva ultrapassar as barreiras físicas, comunicacionais e sociais que pessoas com necessidades especiais enfrentam, melhorando, concomitantemente, a experiência de utilização para todas as pessoas. Através da implementação de soluções inclusivas a partir da conceção de produtos, serviços e ambientes, explora-se a promoção da igualdade de oportunidades e a participação plena na sociedade.

Ele foi fundamental na conceção e implementação de normas e regulamentação de acessibilidade nos Estados Unidos, incluindo o desenvolvimento da Lei de Acessibilidade para Americanos, de 1990 (Center for Universal Design, 2008).

O Desenho Universal não deverá excluir as ajudas técnicas para os grupos específicos de pessoas com deficiência, quando necessárias, mas, acima de tudo, é um conceito que se estende para além das questões de mera acessibilidade dos edifícios para pessoas com deficiência e deve tornar-se parte integrante de políticas e de planeamento de todos os aspetos da vida em sociedade (TdP, 2013).

O Desenho Universal baseia-se em sete princípios para facilitar o acesso equitativo ao longo da vida (Connell *et al*, 1997): procura considerar as necessidades de todos os utilizadores de forma justa, sem privilégios ou discriminações; os projetos devem ser adaptáveis e ajustáveis para incorporar as diferentes preferências e capacidades dos utilizadores; os produtos e serviços devem ser fáceis de entender e utilizar, sem exigir um esforço cognitivo excessivo; as informações devem ser apresentadas de forma clara e acessível, considerando diferentes interfaces sensoriais; o design deve minimizar a ocorrência e as consequências de erros, permitindo a fácil recuperação; os produtos e ambientes devem ser projetados de forma a minimizar a fadiga e o esforço físico dos utilizadores.

Múltiplas são as aplicações do Desenho Universal, incluindo a arquitetura e o urbanismo (construções acessíveis, com rampas, elevadores, sinalização adequada e espaços adequados para manobras), o design de produtos (produtos ergonómicos, com interfaces intuitivas e adaptações para diferentes necessidades), a assistência tecnológica (leitores táteis, próteses avançadas e sistemas de comunicação alternativa), a comunicação e web design (sítios web e aplicações acessíveis, com recursos como legendas, áudio-descrição e compatibilidade com leitores de ecrã), que demonstram como pode o Desenho Universal melhorar a vida de pessoas com necessidades especiais, nomeadamente nas práticas hedónicas (Alsahafi, Alzahrani, & Mehmood, 2023).

A aplicação deste conceito aos ambientes de contacto dos visitantes tende a resultar num maior nível de inclusão social, já que promove a igualdade de oportunidades e a participação plena de qualquer pessoa, num mercado mais ampliado, pois produtos e serviços acessíveis atraem um público maior, numa usabilidade melhorada, uma vez que soluções inclusivas beneficiam todos os utilizadores, e o cumprimento de normas e legislação, no sentido em que o conceito está alinhado com leis, normas e regulamentos que procuram garantir a acessibilidade e a inclusão (Steinfeld, & Maisel, 2012; Tongtep, & Charoenporn, 2022).

6. CARACTERÍSTICAS DO MERCADO TURISMO PARA TODOS

No contexto do turismo, a acessibilidade e a inclusão eram abordadas no que se refere às questões das "pessoas com deficiência" (motora, visual, auditiva e intelectual), e com foco nas pessoas com mobilidade reduzida. Nos últimos anos, tem sido prestada uma maior atenção a outros grupos de pessoas que não se sentem ou são identificados como pessoas com deficiência, mas têm necessidades semelhantes quando desenvolvem atividades turísticas.

Consideram-se, neste sentido, pessoas com necessidades especiais aquelas que possuem vários tipos de limitações e/ou restrições como motoras, visuais, auditivas, intelectuais, alérgicas, pessoas idosas, mulheres grávidas, famílias com crianças pequenas ou bebés, obesidade, entre outras situações, temporárias ou permanentes, relacionadas com o seu estado geral de saúde, que requerem cuidados especiais dos serviços turísticos, em termos de condições de acessibilidade e de atendimento/serviço, que são diferentes das do cidadão comum e que, em geral, ainda não estão disponíveis em muitas empresas/prestadores de serviços e/ou experiências acessíveis no destino. É este o público-alvo do turismo acessível e inclusivo – o Turismo para Todos.

Uma infografia da Eurostat de 2022 refere que 87 milhões de europeus sofre de alguma forma de incapacidade, o que significa 1 em cada 4 adultos europeus. Refere igualmente alguns dos desafios que este público enfrenta: nível mais elevado de desemprego, menores condições de saúde proporcionadas, maior abandono escolar, maior nível de pobreza, exclusão social e discriminação, entre outros.

O atual universo-alvo do turismo acessível e inclusivo inclui um conjunto de (novos) grupos populacionais que realizam atividades de lazer e turismo, para os quais, em geral, a oferta turística não possui ainda as condições de acessibilidade e de prestação dos serviços adequadas para os receber (Duarte, 2017; WTO, 2016). A informação estatística é ainda parca, pelo que se referem alguns elementos consolidados e que aportam a atenção que deve ser dirigida a este público potencial.

O primeiro grande grupo é o das pessoas com deficiência [aproximadamente 10% da população (WHO & WB, 2011).)]. Este grupo, que sempre esteve presente na sociedade humana, tem enfrentado alguma marginalização ao longo dos séculos. No entanto, nas últimas décadas, houve progressos significativos na conquista dos direitos básicos que são partilhados por todos os cidadãos, tais como saúde, educação, qualificação profissional, emprego, vida familiar e participação social. Estas conquistas também abrangem o acesso ao lazer, às viagens e ao turismo.

O segundo grande grupo é o das pessoas seniores em processo de envelhecimento [mais de 20% da população, de acordo com o EUROSTAT (2020)]. Este grupo tem experimentado um aumento progressivo e acelerado nas últimas décadas, nomeadamente em mercados emissores, devido à melhoria geral das condições de saúde, a mudanças demográficas e ao aumento da expectativa de vida no pós-vida ativa nas sociedades modernas e detentoras de condições económicas para viajar. O processo de envelhecimento leva a uma diminuição gradual das capacidades físicas (mobilidade, força, resistência, equilíbrio, etc.), sensoriais (visão, audição, etc.) e cognitivas (compreensão, memória, atenção, raciocínio, orientação espacial e temporal, etc.) das pessoas. Estas limitações resultam em necessidades especiais

durante as viagens e o turismo, exigindo cuidados especiais em termos de acessibilidade, comunicação e serviços por parte da indústria turística, como também a disponibilização de outros serviços igualmente importantes destes turísticas, tais como a assistência médica e o equipamento de apoio. Estima-se que metade das pessoas idosas já apresente algum tipo de limitação decorrente do processo de envelhecimento, o que significa que esse grupo representa aproximadamente 10% da população em relação ao público-alvo do turismo acessível e inclusivo.

Há um terceiro grupo que pode ser dividido em quatro subgrupos de situações, cada um deles exigindo cuidados especiais por parte do sector turístico em relação à acessibilidade e/ou à prestação de serviços, de maneira semelhante aos dois grupos mencionados anteriormente:

1. Indivíduos que apresentam sequelas de várias doenças (cardíacas, respiratórias, neurológicas, oncológicas, etc.), condições médicas que podem ser controladas pela medicina, mas que podem resultar em limitações nas capacidades das pessoas, incluindo as áreas motoras, visuais, auditivas e intelectuais/psicológicas;

2. Indivíduos com características físicas excecionais, como baixa estatura (nanismo), altura elevada (gigantismo) ou obesidade (obesidade severa), que também podem beneficiar com a cultura de adaptação dos requisitos do sector turístico às características físicas dos clientes;

3. Indivíduos que experimentam uma redução temporária na sua mobilidade devido a acidentes (de trânsito, de trabalho, desportivos, domésticos, etc.), circunstâncias relacionadas com a gravidez ou com a locomoção com crianças pequenas ou carrinhos de bebé. Estas pessoas também podem beneficiar da adaptação das condições de acessibilidade oferecidas pelo setor turístico às necessidades das pessoas com mobilidade reduzida;

4. Indivíduos que possuem alergias e intolerâncias alimentares e respiratórias. Estas pessoas têm necessidades especiais em contexto de fruição turística, com implicações significativas, principalmente, nos serviços de alojamento e alimentação.

A estimativa do tamanho total do público-alvo do turismo acessível e inclusivo não é simplesmente a soma dos grupos mencionados, uma vez que existem elementos comuns entre eles. Acresce que o estudo de Gouveia, Mendes & Simões (2010) referia que informar é preciso, tanto para o consumidor, como para a oferta e mesmo para o decisor. No entanto, é evidente que engloba uma parcela significativa da população, que arrasta ainda o efeito dos acompanhantes, podendo ser razoavelmente estimada entre 30% a 40% da população, com impactos na receita turística.

O estudo de Buhalis e Michopoulou (2011) conclui que o montante gasto em férias por cada turista alemão com incapacidade e o facto de viajarem, na generalidade, acompanhados, podendo gerar um retorno anual compreendido entre os 2,5 e 4,8 mil milhões de euros, no caso de territórios-destino acessíveis, contrariando assim os agentes do setor que têm a perceção que o mercado do turismo acessível é pouco rentável. De acordo com Heng (2022): em 2018, nos EUA, 27 milhões de viajantes com necessidades especiais realizaram 81 milhões de viagens e gastaram 58,7 mil milhões de dólares; as despesas anuais dos turistas com necessidades especiais

(excluindo visitantes estrangeiros) na Austrália são estimadas em 2,3 mil milhões de dólares[5]; no mesmo ano, a despesa total gerada pelas pessoas com necessidades especiais e pelos seus companheiros de viagem, no Reino Unido, foi estimada em 20,8 mil milhões de dólares.

Estes números e a profusão de boas práticas registadas um pouco por todo o mundo (ver, por exemplo, WTO, 2021) permite percecionar a possibilidade de incluir este público nas preocupações da oferta, se não por outra razão, pela motivação económica implícita.

7. CONCLUSÕES

A temática da acessibilidade e da inclusão turística têm-se tornado cada vez mais importantes no setor do turismo a nível internacional e nacional. A oferta de destinos, atrações e serviços acessíveis a todos os viajantes, independentemente das suas capacidades físicas ou mentais, promove a igualdade de oportunidades e torna-se, cada vez mais, um fator crucial de competitividade para os destinos turísticos.

O turismo acessível e inclusivo contribui para a igualdade de oportunidades, mas também traz benefícios económicos, sociais e reputacionais significativos. Ao procurar satisfazer as necessidades de um mercado diversificado, os destinos podem aumentar a sua base de procura turística, originar empregabilidade e impulsionar o desenvolvimento económico local. Além disso, promover a inclusão social e a igualdade de oportunidades melhora a qualidade de vida das pessoas com deficiência e fortalece a coesão social.

As barreiras existentes nas diferentes fases da *costumer journey*, sejam elas físicas ou comportamentais, diminuem as oportunidades de negócio que existem em turismo. O procurar por soluções que permitam ultrapassar essas barreiras é um desígnio das sociedades (setor público, setor privado, organizações não governamentais e comunidade local), dos destinos turísticos em particular, com benefícios que parecem evidentes. A oferta de experiências turísticas acessíveis e inclusivas contribui para uma sociedade mais justa e um desenvolvimento turístico mais sustentável.

Com a adoção de políticas e práticas inclusivas, os destinos podem atrair um número maior de visitantes, melhorar a experiência dos turistas e fortalecer a sua posição competitiva no mercado global. Apesar de se considerar o turismo acessível e inclusivo como uma oportunidade de negócio, regista-se alguma falta de coordenação entre os agentes turísticos das diferentes escalas territoriais. Urge assim ultrapassar esta disfunção, em benefício de todos através da mudança de paradigma de gestão de destinos, da cultura organizacional do setor empresarial, organizações do destino e entidades públicas, sustentada em ações de capacitação e formação adequada aos diversos intervenientes do sistema turístico.

As políticas públicas referidas, nacionais e internacionais, em matérias de acessibilidade e inclusividade em turismo, apontam para uma abordagem mais

[5] Utilizando um efeito multiplicador de 2,5 para contabilizar os membros do grupo de viagem, o verdadeiro valor do sector é de aproximadamente 5,8 mil milhões de dólares.

abrangente e integrada, com maior ênfase na colaboração entre os diferentes setores da sociedade e na aplicação de soluções inovadoras para promover a participação plena e igualitária de todos os cidadãos. As políticas públicas deverão concentrar-se na promoção da acessibilidade universal, seja pelo efeito compulsório produzido a partir de legislação e regulamentação, seja pela consciencialização e sensibilização da sociedade sobre acessibilidade e diversidade. A tecnologia (inteligência artificial, realidade aumentada, IoT, …) continuará a desempenhar um papel fundamental na melhoria da acessibilidade e proporcionará novas oportunidades para fazer evoluir o mercado.

Não existem, desta forma, fundamentos para a restrição do mercado acessível, seja por razões de ordem civilizacional, seja de ordem socioeconómica. A adoção de ferramentas facilitadoras de acessibilidade conduz inevitavelmente a uma situação *win-win* e não deve ser negligenciada pelos inúmeros impactos positivos que permite criar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albino, V., Berardi, U. & Dangelico, R.M. (2015). Smart cities: definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of Urban Technology*, 22(1), 3-21.

Alsahafi, R., Alzahrani, A., & Mehmood, R. (2023). Smarter Sustainable Tourism: Data-Driven Multi-Perspective Parameter Discovery for Autonomous Design and Operations. *Sustainability*, 15(5), 4166. https://doi.org/10.3390/su15054166

Baker, M. (1989). *Tourism for All: A report of the working party chaired by Mary Baker*. English Tourist Board in association with the Holiday Care Service, the Scottish Tourist Board, the Wales Tourist Board.

Benjamin, S., Bottone, E. & Lee, M. (2021). Beyond accessibility: Exploring the representation of people with disabilities in tourism promotional materials. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 295-313.

Buhalis, D. & Darcy, S. (2011). *Accessible tourism: Concepts and issues*. 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.

Buhalis, D., Ambrose, I. & Darcy, S. (2012). *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism*. Channel View Publications.

Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S. & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484-506.

CNAD - Cooperativa Nacional e Apoio a Deficientes (s/d). *Turismo Acessível. Turismo para Todos*. CNAD.

Comissão Europeia (2010). *Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020: Compromisso renovado a favor de uma Europa sem barreiras*. Disponível em

https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2010%3A0636%3AFIN%3Apt%3APDF

Comissão Europeia (2021). *União da Igualdade: Estratégia sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência 2021-2030*. Disponível em https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM:2021:101:FIN#PP4Contents

Connell, B. R., Jones, M, Mace, R., Mueller, J., Mullick, A., Ostroff, E., Sanford, J., Steinfeld, E., Story, M. & Vanderheiden, G. (1997). *The principles of universal design. Version 2.0 – 4/1/97*. The Center for Universal Design. Disponível em https://web.stanford.edu/class/engr110/2007/PUD.pdf

Costa, C. (2023). *Estudo do Mercado de Trabalho para o Setor do Turismo*. Turismo de Portugal. Disponível em https://travelbi.turismodeportugal.pt/emprego/estudo-do-mercado-de-trabalho-para-o-setor-do-turismo-2023/

Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.

Darcy, S., McKercher, B. & Schweinsberg, S. (2020). From tourism and disability to accessible tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 140-144.

Decreto-lei n.º 123/1997, de 22 de maio, do Ministério da Solidariedade e Segurança Social. Diário da República: I série-A, n.º 118 (1997). Acedido a 19 de março de 2024.

Decreto-lei n.º 125/2017, de 4 de outubro, do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social. Diário da República: I série, n.º 192 (2017). Acedido a 19 de março de 2024.

Decreto-lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Diário da República: I série, n.º 152 (2006). Acedido a 19 de março de 2024.

Devile, E. L. (2009). O desenvolvimento do Turismo Acessível: dos argumentos sociais aos argumentos de mercado. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 11, 39-46.

Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services, PE/81/2018/REV/1, OJ L 151, 7.6.2019, 70-115.

Domínguez Vila, T., Alén González, E., & Darcy, S. (2019). Accessible tourism online resources: a Northern European perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 19(2), 140-156.

Domínguez Vila, T., Darcy, S. & González Alén, E. (2015). Competing for the disability tourism market - A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management*, 47, 261-272.

Duarte, A. (coord.) (2017). Manual Brendait 2017. *Metodologia de Construção de um Destino Turístico Acessível e Inclusivo*. European Union & Turismo de Portugal.

GfK (2015). *Economic Impact on Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report.* GfK, University of Surrey, The Neumann Consulting and PRO Solutions, Surrey.

Ghete, A. M. (2015). The Importance of Youth Tourism*. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 688-694.

Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. Sustainability, 12(22), 9722.

Gondos, B. (2019). The Possibilities to Create Equal Opportunities in Tourism for People with Disabilities. *Knowledge Horizons / Orizonturi Ale Cunoasterii*, 11(4), 54-69.

Gouveia, P. H. D., Mendes, D., & Simões, J. F. (2010). *Turismo Acessível em Portugal. Lei, oportunidades económicas, informação.* Instituto Nacional de Reabilitação, Coleção Informar, nº 7.

Heng, M. (2022). *Tourism Access and Inclusion: Best Practice Guidelines for Tourism MSMEs in APEC*. Singapore, APEC Tourism Working Group. Disponível em https://apec.accessibletourism.academy/wp-content/uploads/2022/04/APEC-TWG_tourism-access-and-inclusion-2022Report.pdf

INE - Instituto Nacional de Estatística (2021). *XVI Recenseamento Geral da População e Habitação - Censos 2021*. INE.

INR - Instituto Nacional para a Reabilitação (2020). *Guia de Boas Práticas para a Acessibilidade no Turismo*. Disponível em https://www.inr.pt/uploads/docs/noticias/1952_119133.pdf

Ivars-Baidal, J.A., Vera-Rebollo, J.F., Perles-Ribes, J., Femenia-Serra, F. & Celdran-Bernabeu, M.A. (2023). Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach?. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1556-1582.

Lam, K.L., Chan, C.-S. & Peters, M. (2020). Understanding technological contributions to accessible tourism from the perspective of destination design for visually impaired visitors in Hong Kong. *Journal of Destination Marketing &Management*, 17, 100434.

Lheureux-De-Freitas, J., & Macanar, M. A. (2013). *Porto Alegre: a Brazilian city searching to be smarter*. In S. Mellouli (Coord.), The Proceedings of the 14th Annual International Conference on Digital Government Research, June 17-20, Madrid, Association for Computing Machinery.

Linderová, I., & Scholz, P. (2019). Tourism Facilities Accessibility in Context of Social Tourism Support: Evidence from the Czech Republic. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 9(1), 279-283.

Ministry for Industry, Energy and Tourism of Spain (2015). *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro.* Disponível em https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Turisticos-Inteligentes-ok_es.pdf.

Natalia, P., Clara, R. A., Simon, D., Noelia, G., & Barbara, A. (2019). Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America. *Tourism Management*, 75, 169-185.

Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A. (2015). *Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Barriers of the Tourist Experience and Their Consequences*. In Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015 (pp. 789-802). Springer International Publishing.

Neumann, P., & Reuber, P. (2004). *Economic Impulses of Accessible Tourism for All*. Study commissioned by the Federal Ministry of Economics and Technology and Federal Ministry of Economics and Labour.

Okafor, C.C., Aigbavboa, C. & Thwala, W.D. (2022). A bibliometric evaluation and critical review of the smart city concept - making a case for social equity. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(3), 487-510.

Page, S., & Connell, J. (2022). *Ageing and the Visitor Economy: Global Challenges and Opportunities*. Routledge.

Paulauskaite, D., Powell, R., Coca, S. J. A., & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628.

Popiel, M. (2016). Tourism Market, Disability and Inequality: Problems and Solutions. *Acta Academica Karviniensia*, 3, 25-36.

Porto, N., & Rucci, A. C. (2016). *Midiendo accesibilidad en turismo. Una primera aproximación*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Porto, N., Rucci, A. C. & Ciaschi, M. (2016). Tourism and accessibility in the world heritage sites of Latin America. *L Annual Meeting of the Argentine Association of Political Economy*, Tucumán.

Porto, N., Rucci, A. C. & Ciaschi, M. (2017). Especialización turística y accesibilidad en sitios patrimoniales del Mercosur. *Transitare*, 3(1), 1-31.

Porto, N., Rucci, A. C. & Ciaschi, M. (2018). Tourism accessibility competitiveness. A regional approach for Latin American countries. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 42, 75-91.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 9/2007, de 17 de janeiro, da Presidência do Conselho de Ministros. Diário da República: Série I, n.º 12 (2007). Acedido a 19 de março de 2024.

Richards, G. (Ed.). (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives.* Psychology Press.

Rubio-Escuderos, L., García-Andreu, H., Michopoulou, E. & Buhalis, D. (2021). Perspectives on experiences of tourists with disabilities: implications for their daily lives and for the tourist industry. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 48-62.

Rucci, A.C., Porto, N., Darcy, S. & Becka, L. (2021). *Smart and accessible cities? Not always - the case for accessible tourism initiatives in Buenos Aries and Sydney*. In Eusébio, C., Teixeira, L. & Carneiro, M.J. (Eds), ICT Tools and Applications for Accessible Tourism, IGI Global, Hershey, PA, 115-145.

Scheyvens, R. & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589-609.

Steinfeld, E., & Maisel, J. (2012). *Universal design: Creating inclusive environments*. John Wiley & Sons.

Suryotrisongko, H., Kusumaa, R. C., & Ginardib, R. H. (2017). Four-Hospitality: Friendly Smart City Design for Disability. *Procedia Computer Science*, 124, 615-623.

The Universal Design Institute (2018). *Design Pioneer and Visionary of Universal Design, Remembering Ron Mace*. Disponível em https://www.udinstitute.org/post/scientists-make-a-breakthrough-on-cloning-of-endangered-species

Tongtep, N., & Charoenporn, T. (2022). *Facilities Utilization Framework for Universal Design in Tourism*. In Proceedings of 13th International Congress on Advanced Applied Informatics Winter (IIAI-AAI-Winter), December 12-14, 2022, Thailand (pp.213–218). IEEE. https://doi.org/10.1109/IIAI-AAI-Winter58034.2022.00049

Tribe, J. (2020). *The economics of recreation, leisure and tourism*. Routledge.

Turismo de Portugal (s.d.). *Turismo 2020. Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Turismo de Portugal. https://travelbi.turismodeportugal.pt/politicas-e-estrategia/plano-de-acao-turismo-2020/

Turismo de Portugal I.P. (2017). *Estratégia Turismo 2027. Liderar o Turismo do Futuro*. 66. Disponível em https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf

Turismo de Portugal, I.P. (2013). *Recomendações da OMT sobre Turismo para Todos.* Disponível em https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/all-for-all/recomendacoes-omt-turismo-acessivel-para-todos.pdf

United Nations Organization (1993). *Standard rules on the equalization of opportunities for persons with disabilities*. Resolution 48/96.

United Nations Organization (2007). *Convention on Rights of Persons with Disabilities and its Optional Protocol.* United Nations Organization.

Vašák, K. (1977). Human Rights: A Thirty-Year Struggle: The Sustained Efforts to give Force of law to the Universal Declaration of Human Rights. *UNESCO Courier*, 11, 29-32.

World Health Organization & World Bank (2011). *World report on disability*. World Health Organization.

World Tourism Organization (1980). *Manila Declaration. World Tourism Conference, 1980*. UNWTO. Disponível em https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF

World Tourism Organization (1991). *Creating tourism opportunities for handicapped people in the nineties.* World Tourism Organization. Resolution A/9/RES/284.

World Tourism Organization (1999). *Global Code of Ethics for Tourism.* UNWTO. Disponível em https://www.unwto.org/ethics-culture-and-social-responsibility

World Tourism Organization (2005). *Accessible Tourism for All. World Tourism Organization.* Resolution A/16/RES/492.

World Tourism Organization (2009). *Declaration on the Facilitation of Tourist Travel.* World Tourism Organization. Resolution A/18/20.

World Tourism Organization (2013). *Recommendations on Accessible Tourism.* World Tourism Organization. Resolution A/RES/637(XX).

World Tourism Organization (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas - Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo.* UNWTO.

World Tourism Organization (2016). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices - Module I: Accessible Tourism - Definition and Context*. UNWTO. DOI: https://doi.org/10.18111/9789284418077

World Tourism Organization (2019). *Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach.* UNWTO. Disponível em https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152

World Tourism Organization (2021). *Accessibility and Inclusive Tourism Development in Nature Areas - Compendium of Best Practices*. UNWTO. Disponível em https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422777

World Tourism Organization & Fundación ACS (2015). *Manual on Accessible Tourism for All – Public-Private Partnerships and Good Practices*. UNWTO, Madrid.

Zajadacz, A. (2015). Evolution of models of disability as a basis for further policy changes in accessible tourism. *Journal of Tourism Futures,* 1(3), 189-202.

Zhang, Y. & Cole, S.T. (2016). Dimensions of lodging guest satisfaction among guests with mobility challenges: a mixed-method analysis of web-based texts. *Tourism Management*, 53, 13-27.