

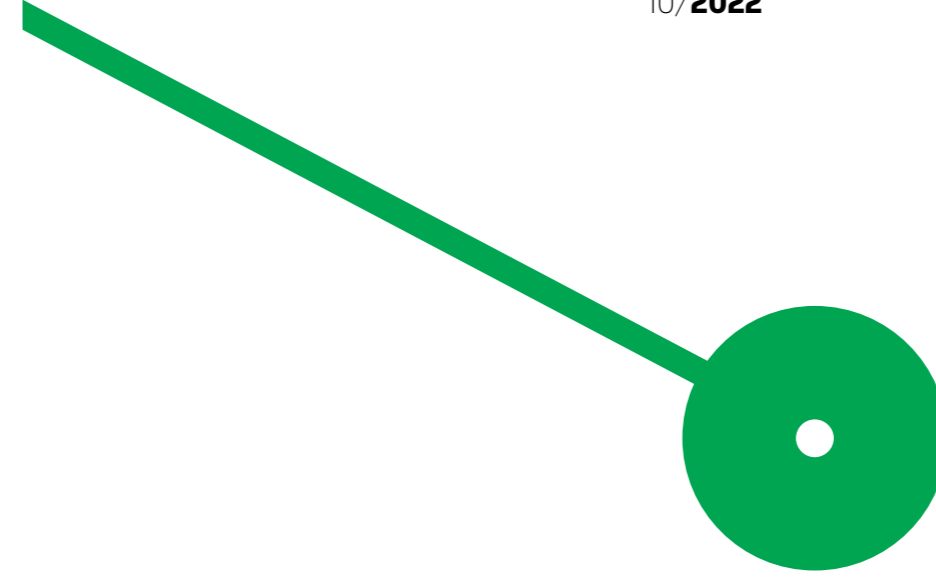
A mobilidade reduzida e o acesso ao património
histórico-cultural: caso de estudo nas cidades
de Braga e Guimarães
Ana Catarina Machado Vieira

Ana Catarina Machado Vieira A mobilidade reduzida e o acesso ao património
histórico-cultural: caso de estudo nas cidades de Braga e Guimarães

A mobilidade reduzida e o acesso ao património histórico-cultural: caso de estudo nas cidades de Braga e Guimarães

Ana Catarina Machado Vieira

10/2022



Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Catarina Machado Vieira

**A mobilidade reduzida e o acesso ao património histórico-cultural: caso
de estudo nas cidades de Braga e Guimarães**

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Orientação:

Prof. Doutor Pedro Manuel da Costa Liberato

Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Vila do Conde, outubro de 2022

Ana Catarina Machado Vieira

**A mobilidade reduzida e o acesso ao património histórico-cultural: caso
de estudo nas cidades de Braga e Guimarães**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Gestão do Turismo

Membros do Júri

Presidente

Prof.^a Doutora Cristina Susana Mouta Alves da Silva
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.^a Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão
Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo – Universidade de
Aveiro

Vila do Conde, outubro de 2022

Agradecimentos

A presente Dissertação de Mestrado é o terminar de um percurso académico de cinco anos, com inúmeros desafios, alegrias, incertezas e muito esforço. No entanto, este percurso nunca tinha sido possível sem o apoio e companheirismo de algumas pessoas, que me ajudaram a enfrentar alguns dos meus medos.

Em primeiro lugar, queria agradecer aos meus orientadores de dissertação, à Prof.^a Doutora Dália Liberato e ao Prof.^o Doutor Pedro Liberato, por me terem dado a oportunidade de os ter como orientadores durante este período, e pela importância que tiveram para a realização da minha dissertação. Agradeço imenso a vossa disponibilidade, confiança, paciência e, principalmente, o vosso rigor enquanto orientadores.

Em segundo lugar, queria agradecer à Escola Superior de Hotelaria e Turismo e a todos os professores do Mestrado em Gestão do Turismo, que, ao longo destes dois anos, me transmitiram conhecimentos fundamentais que levarei para a minha vida profissional.

Por último, quero agradecer à minha família e ao meu namorado, principalmente à minha mãe que durante todo o meu percurso académico foi o meu maior pilar, que nunca me deixou desistir. Sem ela, esta etapa nunca teria sido possível. Agradeço também ao meu namorado e aos meus amigos pelo enorme apoio.

Resumo Analítico

O Turismo é um direito e, por isso, toda a sociedade tem o direito de dele usufruir. O aumento da população de terceira idade (+ 65 anos), o elevado número de pessoas com deficiência (física, auditiva, intelectual e cognitiva) no mundo e o crescimento do desejo de viajar, acelerou o interesse e preocupação pela acessibilidade, com o objetivo de fornecer uma melhor experiência a este tipo de turista, provocando, assim, a criação do “Turismo Acessível e Inclusivo”. Porém, este segmento turístico ainda tem um longo caminho a percorrer, uma vez que ainda persistem muitas barreiras.

Com o aumento da preocupação e da necessidade de oferecer um melhor serviço e uma melhor qualidade de vida, muitos governos, incluindo o português, criaram leis, políticas, estratégias e planos para melhorar e aumentar a acessibilidade nos destinos, como, internacionalmente, a Norma ISO: 21 542: 2021 e, em Portugal, o Decreto-Lei n.º 163/2006.

A presente dissertação ambiciona analisar a acessibilidade no património cultural. Para a recolha e análise de informação, foi selecionado o método qualitativo, estudo descritivo exploratório, tendo por base as entrevistas semiestruturadas realizadas aos responsáveis oficiais, a *stakeholders*, guias intérpretes e associações de cada destino turístico (Braga e Guimarães). O objetivo geral é avaliar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão. Os objetivos específicos são: avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico; identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães; identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível; definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães; e, identificar os principais monumentos com acessibilidade motora nas cidades de Braga e de Guimarães.

Os resultados da presente investigação, e atendendo ao seu enquadramento geográfico, destacam que a acessibilidade está a ser considerada como uma oportunidade estratégica para os destinos turísticos visados, no entanto ainda são parcialmente acessíveis, uma vez que o caminho para a acessibilidade é um processo a longo prazo.

Relativamente à identificação de medidas de acessibilidade adotadas nas cidades, destaca-se que, apesar das melhorias realizadas ao longo dos anos, as duas regiões enfrentam ainda algumas barreiras. As medidas frequentemente identificadas pelos entrevistados com o objetivo de melhorar a acessibilidade nos destinos turísticos, foram: utilização de rampas de acesso (removíveis ou definitivas) e a criação de casas de banho adaptadas. No que se refere à formação específica e competências necessárias dos colaboradores, é possível evidenciar que ainda há falta de colaboradores especializados e com as competências necessárias nesta área nos dois destinos analisados. Relativamente às novas tecnologias, destaca-se a preocupação, pelos destinos turísticos, no desenvolvimento e melhoria dos seus *websites* oficiais, introduzindo a informação em vários formatos com o objetivo de incluir públicos mais diversos. É notório que, no âmbito do Turismo Cultural, nem todos os museus e monumentos proporcionam a informação em vários formatos. Por fim, em relação aos meios de transporte adaptados, é possível evidenciar que os destinos turísticos têm este aspeto em consideração, tendo havido melhorias. No entanto, devido à falta de apoio financeiro, persistem algumas falhas.

De acordo com as tipologias enquadradas no Turismo Acessível, é possível destacar que, relativamente à percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, quais os que têm interesse pelo património cultural e que grau de satisfação manifestam, os dois destinos turísticos analisados não contabilizam este tipo de dados, visto ser um público bastante residual. Relativamente aos outros tipos de deficiência têm sido desenvolvidos alguns projetos.

Em relação à definição de estratégias a implementar no acesso ao património, é possível evidenciar que, apesar das melhorias realizadas pelos destinos, o património cultural existente não é completamente acessível, existindo principalmente barreiras arquitetónicas.

Por fim, de acordo com a identificação dos principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades, destaca-se o Paço dos Duques de Bragança, em Guimarães, e o Mosteiro de São Martinho de Tibães, em Braga.

Palavras-chave: Turismo; Acessibilidade; Património Histórico-Cultural; Braga; Guimarães.

Abstract

Tourism is a right and, therefore, all of society must have the option to enjoy it. The increase in the elderly population (65+ years old), the high number of people with disabilities (physical, hearing, intellectual and cognitive) in the world and the growing desire to travel, has accelerated the interest and concern for accessibility, to provide a better experience to this type of tourist, thus causing the creation of "Accessible and Inclusive Tourism". However, this tourism segment still has a long way to go, since many barriers persist.

With the increasing concern and need to offer a better service and quality of life, many governments, including the Portuguese, have created laws, policies, strategies and plans to improve and increase accessibility in destinations, such as, internationally, the ISO Standard: 21 542: 2021 and, in Portugal, the Decree-Law 163/2006.

This dissertation aims to analyze the accessibility of cultural heritage. For the collection and analysis of information, the qualitative method was selected, a descriptive exploratory study, based on semi-structured interviews with officials, stakeholders, interpreter guides and associations of each tourist destination (Braga and Guimarães). The general objective is to evaluate accessibility in historical-cultural heritage in medium-sized cities. The specific objectives are to evaluate urban policies in terms of accessibility to heritage and to tourist destination; to identify the accessibility measures adopted in the cities of Braga and Guimarães; to identify the types of demand framed in Accessible Tourism; to define strategies to be implemented in access to heritage in the cities of Braga and Guimarães; and, to identify the main monuments with mobility accessibility in the cities of Braga and Guimarães.

Through the main findings, it can be highlighted that accessibility is being considered as a strategic opportunity for tourism destinations, however they are still two partially accessible, since the road to accessibility is a long-term process.

Regarding the identification of accessibility measures adopted in the cities, it should be noted that, despite the improvements made over the years in accessibility in both cities, they still face some barriers. Thus, the measures most often identified by respondents in order to improve accessibility in tourist destinations were the use of access ramps (removable or definitive) and the creation of adapted toilets. Regarding

specific training and necessary skills of employees, there is still a lack of specialized employees with the necessary skills in this area in the two destinations analyzed. In relation to new technologies, it is highlighted the concern, by tourism destinations, in the development and improvement of their official websites, introducing information in various formats to reach more people. However, in Cultural Tourism, not all museums and monuments provide information in various formats. Finally, in relation to adapted means of transport, it is possible to evidence that tourism destinations take this aspect into consideration, and there have been improvements, however, due to lack of financial support, some shortcomings persist.

According to the typologies framed in Accessible Tourism, it is possible to highlight that, regarding the percentage of tourists with reduced mobility who visit tourism destinations, and, of these, which ones are interested in cultural heritage and their degree of satisfaction, the two regions analyzed do not account for this type of data, since it is a very residual public. Regarding the other types of disabilities, some projects have been developed.

Regarding the definition of strategies to be implemented in the access to heritage, it is possible to evidence that, despite the improvements made by the destinations, the existing cultural heritage is not completely accessible, existing mainly architectural barriers.

Finally, according to the identification of the main monuments/museums with mobility accessibility in the cities, the *Paço dos Duques de Bragança*, in Guimarães, and the *Monastery of São Martinho de Tibães*, in Braga.

Keywords: Tourism; Accessibility; Historical and Cultural Heritage; Braga; Guimarães.

Índice Geral

Agradecimentos.....	i
Resumo Analítico	ii
Abstract	iv
Índice Geral.....	vi
Índice de Tabelas.....	ix
Índice de Figuras	ix
Índice de Siglas	x
Capítulo 1 - Introdução.....	1
Capítulo 2 – Revisão de Literatura	3
2.1 Acessibilidade	3
2.1.1 Design Universal.....	6
2.1.2 Mobilidade reduzida.....	9
2.1.2.1 Deficiência.....	11
2.1.2.2 Deficiência, barreiras e alternativas.....	16
2.1.2.3 Deficiência e Turismo.....	20
2.2 Turismo Inclusivo e Turismo Acessível.....	25
2.2.1 Legislação.....	31
2.2.2 As plataformas digitais e o turismo acessível.....	38
2.3 A acessibilidade e as tipologias	44
2.3.1 Turismo Sustentável.....	45
2.3.2 Turismo Sénior	48
2.3.3 Património Cultural.....	52
2.3.3.1 Turismo Cultural e Patrimonial.....	56
Capítulo 3 - Casos de Estudo.....	62
3.1 Braga	62

3.2 Guimarães.....	66
3.2.1 Património Mundial da UNESCO.....	71
Capítulo 4- Metodologia	74
4.1 Metodologia Utilizada.....	74
4.2 Problemática e Objetivos da Investigação.....	77
4.3 Instrumento de Recolha de Informação	78
4.4 População, Amostra e Técnica de Amostragem.....	80
4.5 Procedimento Adotado.....	81
Capítulo 5 – Análise dos Resultados	84
5.1 Caracterização dos Participantes.....	84
5.2 Análise e Tratamento das Entrevistas	85
5.2.1 Políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.....	85
5.2.1.1 Braga	85
5.2.1.2 Guimarães.....	87
5.2.2 Medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães.....	90
5.2.2.1 Braga.....	90
5.2.2.2 Guimarães	92
5.2.3 As tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível.....	97
5.2.3.1 Braga.....	97
5.2.3.2 Guimarães	98
5.2.4 Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães	100
5.2.4.1 Braga.....	100
5.2.4.2 Guimarães	101
5.2.5 Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães	102

5.2.5.1 Braga.....	102
5.2.5.2 Guimarães	103
Capítulo 6 – Discussão dos Resultados.....	104
Capítulo 7 – Conclusão.....	114
7.1 Principais Conclusões	114
7.2 Contributo Prático do Trabalho.....	117
7.3 Limitações do Estudo	118
7.4 Recomendações para Estudos Futuros.....	119
Referências Bibliográficas.....	120
Anexos	136

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Síntese relativa à acessibilidade	24
Tabela 2 - Síntese relativa ao Turismo Inclusivo e Turismo Acessível.....	42
Tabela 3 - Síntese relativa à acessibilidade e as tipologias.....	60
Tabela 4 – Objetivo Geral e Objetivos Específicos	77
Tabela 5 - Fundamentação Teórica da Entrevista	79
Tabela 6 - Entrevistas Realizadas	81
Tabela 7 - Dados Sociodemográficos dos Participantes.....	84
Tabela 8– Síntese relativa às políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.....	89
Tabela 9 – Síntese relativa às medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães.....	95
Tabela 10- Síntese relativa às tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível	99
Tabela 11– Síntese relativa à definição de estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães.....	102
Tabela 12 - Síntese relativa à identificação dos principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães.....	103

Índice de Figuras

Figura 1- Igreja da Nossa Senhora da Oliveira	106
Figura 2 – Nuvem de Palavras relacionada com a Acessibilidade no Património	113

Índice de Siglas

CEC – Capital Europeia da Cultura

ETC – *European Travel Commission*

INR – Instituto Nacional para a Reabilitação

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OMS – Organização Mundial de Saúde

OMT – Organização Mundial do Turismo

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*

WCAC – *Web Accessibility Guideline*

WHO – *World Health Organization*

WHS – *World Heritage List*

W3C – *World Wide Web Consortium*

WTO – *World Trade Organization*

Capítulo 1 - Introdução

A presente dissertação, tendo como temática abordada o turismo acessível, onde o principal foco é avaliar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão, mais concretamente nas cidades de Braga e Guimarães, enquadra-se no âmbito do Mestrado em Gestão do Turismo, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo, do Instituto Politécnico do Porto.

A escolha por este tema surge, não só pelo gosto pessoal, como também pelo reconhecimento da relação existente entre o turismo, o património e a acessibilidade, pois esta tipologia engloba todo o tipo de turista, tornando o turismo inclusivo. É fundamental os destinos turísticos estarem preparados para receber qualquer segmento turístico, e neste caso, se este for portador de deficiência motora. A acessibilidade é uma das principais questões do turismo contemporâneo, dando a possibilidade a todos, de uma forma independente, equitativa e segura, de usufruir dos produtos, serviços e ambientes concebidos (Gillovic & McIntosh, 2020).

Relativamente à estrutura da dissertação, esta apresenta nove partes. A organização contém 7 capítulos, as referências bibliográficas e os anexos. Todavia, é necessário mencionar que o primeiro capítulo expõe uma introdução ao estudo de investigação.

No segundo capítulo é apresentada a revisão de literatura, que se encontra dividida em três partes: Acessibilidade; Turismo Inclusivo e Turismo Acessível; e, a Acessibilidade e as Tipologias. Inicialmente, neste capítulo, é abordado o foco principal da investigação e as suas vertentes: acessibilidade; Design Universal; e, deficiência, onde é debatida a mobilidade reduzida, a deficiência, barreiras e alternativas, e, deficiência e turismo. Dando seguimento, aborda-se o turismo inclusivo e turismo acessível; a legislação; e, as plataformas digitais e o turismo acessível. Por fim, são abordadas algumas tipologias associadas ao turismo acessível: turismo sustentável; turismo sénior; e, património cultural, onde é analisado o turismo cultural e patrimonial, uma vez que o tema passa por abordar o acesso ao património histórico-cultural.

No terceiro capítulo, designado por Casos de Estudo, ao contrário da revisão de literatura, que tem como objetivo dar a conhecer a problemática da investigação, este

capítulo tem como objetivo explicar a escolha dos destinos turísticos a ser analisados. Deste modo, neste capítulo analisam-se os destinos turísticos de Braga e Guimarães, onde se inclui também o Património Mundial da UNESCO.

No quarto capítulo é apresentado o enquadramento metodológico, que caracteriza o método de investigação utilizado (metodologia qualitativa), mencionando o estudo descritivo e exploratório, sendo também determinada a questão de investigação e estipulados os objetivos gerais e específicos. Neste capítulo, são mencionados todos os pontos essenciais para a realização do estudo, bem como os instrumentos de recolha de dados: entrevista semiestruturada (a representantes oficiais de cada um dos destinos, a *stakeholders*, a guias intérpretes e associações dos destinos turísticos); a população, a amostra e a técnica de amostragem; e, todo o procedimento adotado para a realização do estudo de investigação.

O capítulo quinto apresenta a análise e o tratamento dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas, divididos em objetivos específicos, anteriormente definidos, do mesmo modo que as questões apresentadas no âmbito do guião da entrevista.

Continuamente, no sexto capítulo realiza-se a discussão dos resultados. Por fim, no sétimo capítulo apresentam-se as principais conclusões da investigação realizada, as limitações encontradas ao longo do estudo e as recomendações para futuros estudos relacionados com a área investigada. Posteriormente, são apresentadas as referências bibliográficas que auxiliaram na realização da presente dissertação e, por último, estão presentes os anexos que complementam o trabalho realizado, tendo como objetivo disponibilizar informações adicionais.

Capítulo 2 – Revisão de Literatura

2.1 Acessibilidade

Um dos setores com maior importância para a economia de um país é o turismo, uma vez que gera emprego, proporcionando o desenvolvimento dos destinos: criação de infraestruturas, melhorias na rede de transportes e melhor prestação de serviços. Como referido por Švagždienė et al. (2021), todo o Ser Humano tem o direito de participar nele.

“A acessibilidade não é um conceito novo” (Madeira et al., 2021, p. 556). Ao longo dos tempos, a acessibilidade foi objeto de várias definições, não havendo um conceito único. No entanto, os diferentes conceitos que lhe foram sendo atribuídos ao longo do século passado estão presentes no quotidiano. O termo “acessibilidade” não é um termo estático, tem sofrido várias alterações ao longo dos tempos: no que respeita à quantificação, medição local *versus* pessoas e níveis de agregação. Porém, esta foi definida como um conjunto de políticas e/ou mudanças urbanísticas-ambientais, ou seja, a acessibilidade é uma “agenda específica e pré-definida para a reforma do ambiente físico” (Levine, 2020).

Segundo Hansen (1959) cit it Madeira et al. (2021), a acessibilidade consiste na maior facilidade em atingir serviços, bens, destinos e atividades, que são designados como oportunidades, e na perspetiva de Madeira et al. (2021, p. 556) “apesar das suas possíveis incapacidades ou deficiências”. A acessibilidade engloba o Design Universal, tendo assim uma variedade de serviços e produtos que ajudam a combater as necessidades dos indivíduos (Madeira et al., 2021).

Em 1973, numa publicação de Wachs e Kumagai *“Physical Accessibility as a Social Indicator”*, a acessibilidade começou a ser utilizada como um guia de ação, pois, a acessibilidade é um fator-chave para fornecer uma boa qualidade de vida à população residente, com mudanças nas políticas públicas da região, como por exemplo melhorar o sistema de transportes (públicos e privados) com o objetivo de facilitar a deslocação (Bifulco & Leone, 2014; Levine, 2020).

A acessibilidade tornou-se, nos tempos atuais, uma das principais questões-chave do turismo. Esta, garante que todos os produtos, serviços e ambientes serão

desenvolvidos para que todos os utilizem e que todos sairão beneficiados (Gillovic & McIntosh, 2020). Ou seja, “a acessibilidade está relacionada com a ausência de obstáculos à utilização do produto turístico” (Özogul & Baran, 2016, p. 82), estando presente nas infraestruturas, transportes públicos, serviços de informação, tecnologia e comunicação (Rosa et al., 2020).

Esta, não é só representada como um ambiente construído, nem como um problema social ou relacionada com o combate às barreiras físicas (Madeira et al., 2021). De acordo com Darcy (1998), deve-se prestar atenção aos requisitos sensoriais, especialmente para as pessoas com deficiências visuais e/ou auditivas, e aos requisitos relacionados com a comunicação, em particular para dirigido a pessoas com problemas relacionados com a fala, escrita e/ou linguagem.

Segundo Nostrand et al. (2013), os turistas ao selecionarem os destinos têm como um dos principais fatores de decisão a acessibilidade. Nessa perspectiva, conclui-se que a reduzida acessibilidade provoca um baixo fluxo de entrada de turistas, sendo este considerado um dos principais fatores que afeta a preferência do turista nos destinos turísticos (Zhang & Jiang, 2021).

A acessibilidade pode ser considerada como a oportunidade de acesso, com segurança e autonomia, a equipamentos, transportes, espaços e informação (Lamas & Júnior, 2021).

Poder-se-á referir, adicionalmente, que a acessibilidade fornece a todos os indivíduos a mesma oportunidade de alcançarem os serviços e produtos existentes sem a necessidade da intervenção de terceiros, independentemente das suas condições (física, tipo de deficiência, idade, etnia, sexo ou orientação) (Švagždienė et al., 2021). Ou seja, todo o Ser Humano pode participar em todas as atividades da vida quotidiana de uma forma independente, confortável, segura e sem qualquer tipo de discriminação. A acessibilidade é um elemento importante para as pessoas com necessidades especiais (Švagždienė et al., 2021). Para que este tipo de população se sinta mais independente em relação aos outros, a acessibilidade do ambiente físico é um dos fatores principais.

Segundo o Conceito Europeu de Acessibilidade, esta, é uma característica que existe num determinado local e que permite a existência de uma relação harmoniosa entre esse local e o Ser Humano (Aragall, 2003).

Segundo Bifulco e Leone (2014, p. 433), os índices de acessibilidade consistem em duas funções: atração (proporciona a qualidade e o alcance das oportunidades que se podem atingir com os bens e instalações nos locais) e resistência (consiste em “dificultar a deslocação para esses bens e instalações”). Ao utilizar estes dois índices, estes permitem ponderar entre as oportunidades e as atividades e facilidade de serem alcançadas no que respeita ao tempo da viagem e custos dos transportes (Bifulco & Leone, 2014).

Relativamente às pessoas com deficiência, a acessibilidade pode ser definida como a forma de terem acesso, com igualdade, ao ambiente físico, às Tecnologias e Sistemas de Informação e Comunicação (TIC), aos transportes e às outras infraestruturas, serviços e produtos (Alina, 2014).

O aumento do envelhecimento da população mundial e o acentuado número de pessoas com necessidades especiais, fomentou a criação de infraestruturas e serviços acessíveis de forma a colmatar as barreiras que impedem o acesso às experiências (Buhalis et al., 2012; Rosa et al., 2020; Švagždienė et al., 2021), sendo este um processo muito complexo, só concretizável a longo prazo (Rosa et al., 2020).

2.1.1 Design Universal

A acessibilidade permite determinar em que medida um indivíduo pode participar na atividade (Gillovic & McIntosh, 2020). Desta forma, a acessibilidade física permite tornar o ambiente num lugar onde todas as pessoas, independentemente das suas necessidades, tiram partido dele (Adam, 2019b). Este aspeto tornou-se cada vez mais importante na indústria turística (Darcy et al., 2010b; Gillovic & McIntosh, 2020).

Para que seja possível tornar o ambiente mais acessível, o Design Universal é uma das abordagens/opções mais conhecidas (Adam, 2019b). Este, tem como objetivo principal criar produtos, serviços e ambientes acessíveis a todos, ou seja, que todo o Ser Humano, independentemente das suas necessidades, possa usufruir do mesmo, sem a necessidade de adaptação (Adam, 2019b; Alina, 2014; Mustaquim, 2015), tentando sempre simplificar a vida a todos (Darcy et al., 2010b). O conceito de Design Universal engloba todas as pessoas de todas as idades, capacidades e necessidades (Darcy et al., 2010b). No mundo atual, desenvolver infraestruturas acessíveis é um ícone de modernidade (Alina, 2014).

No entanto, segundo Rosa et al. (2020) o Design Universal necessita de uma abordagem transdisciplinar, uma vez que precisa de uma forte cooperação entre os vários profissionais das várias áreas. Para a realização do planeamento, da conceção e implementação das ações acessíveis, é preciso a total disponibilidade dos vários intervenientes para que haja interação entre as diferentes entidades, utilizadores e participantes. É preciso definir melhor os objetivos, os conceitos e as estratégias, tendo sempre em conta as várias visões dos intervenientes.

Vários governos e instituições nacionais, regionais e locais da União Europeia, começaram a considerar a abordagem do Design Universal como um fator fulcral para a inclusão social das pessoas com necessidades especiais, começando assim a renovação urbana, tornando as infraestruturas mais acessíveis (Rosa et al., 2020).

O Design Universal inclui sete princípios. Estes princípios dão orientações gerais para que seja possível avaliar os indicadores individuais de acessibilidade, servindo também como base para entender melhor até que ponto os serviços, produtos e ambientes são acessíveis a todos (Adam, 2019b; Zajac, 2016). Os princípios do Design Universal criam melhorias económicas, tanto aos operadores como aos destinos

turísticos, gerando resultados sustentáveis tanto para as pessoas com necessidades como à restante população, uma vez que reconhecem as consequências da deficiência e do envelhecimento (Darcy et al., 2010b; Gillovic & McIntosh, 2020). Segundo Urfali e Aras (2019), a sustentabilidade social acontece quando os sistemas, estruturas, processos e relações formais e informais contribuem ativamente para a criação de comunidades saudáveis. “As comunidades socialmente sustentáveis são equitativas, diversificadas, ligadas, democráticas e proporcionam um boa qualidade de vida” (Darcy et al., 2010b, p. 520).

Os sete princípios do Design Universal pressupõem (Adam, 2019b; Instituto Nacional para a Reabilitação (INR), 2020; Mustaquim, 2015):

- Necessidade de uma utilização equitativa (um design de um ambiente que disponha de uma utilização imparcial);
- Utilização flexível (um design que engloba uma série de escolhas pessoais e as capacidades);
- Utilização simples e intuitiva (o design do ambiente deve ser de fácil entendimento e utilização independentemente da limitação do indivíduo);
- Informação perceptível (deve comunicar a informação necessária ao indivíduo);
- Tolerância ao erro (deve minimizar os perigos e as consequências negativas dos acidentes);
- Baixo esforço físico e tamanho (deve permitir uma utilização fácil e eficaz sem a necessidade de muito esforço);
- Dimensão e espaço de abordagem e de utilização (ter em atenção as manobras e utilização do ambiente sem ter em conta a altura do utilizador ou das dificuldades de mobilidade) (Adam, 2019b; Instituto Nacional para a Reabilitação (INR), 2020; Mustaquim, 2015).

Um operador turístico tem algumas estratégias que pode utilizar para se alinhar melhor com os princípios do Design Universal, sendo estes (Moon et al., 1995 cit in Darcy et al., 2010):

- Integrar um design sem barreiras no processo de planeamento;
- Adquirir conhecimentos sobre as leis e normas de acessibilidade nacionais e internacionais;

- Incluir pessoas com necessidades nas equipas de planeamento;
- Incluir também um especialista em acessibilidade na equipa de planeamento;
- Alargar a acessibilidade sempre que possível;
- Integrar a acessibilidade em ambientes externos;
- Fazer o planeamento de um caminho contínuo de viagem;
- No planeamento considerar sempre a estética e os valores ambientes;
- E, garantir que todos os materiais utilizados no processo de construção cumpram as normas (Moon et al., 1995 cit in Darcy et al., 2010).

No entanto, construir um ambiente sem barreiras dentro do ambiente social é um processo difícil, sendo só realizável, possivelmente, a longo prazo. Todo o processo de implementação do urbanismo inclusivo tem sido desafiante, mas difícil de desenvolver, uma vez que engloba muitos participantes, precisa de muita coordenação entre todas as partes, um bom financiamento e controlo de qualidade (Rosa et al., 2020).

O controlo de qualidade é necessário para que se possa verificar se o produto/serviço/ambiente construído está de acordo com os princípios do Design Universal (Rosa et al., 2020).

A avaliação da acessibilidade universal tem sido concretizada de forma clara por peritos, que se regem por critérios e regulamentações técnicas e normas (Rosa et al., 2020). A necessidade de métodos de avaliação que consideram as necessidades reais dos participantes é elevada, havendo a criação de vários questionários, entrevistas e observações. Este tipo de métodos (direto) definem-se pela participação ativa das pessoas e por provas empíricas que ajudam a perceber a forma como estas usam o produto em relação aos seus utilizadores (Rosa et al., 2020; Shea et al., 2016).

2.1.2 Mobilidade reduzida

Mobilidade reduzida ocorre quando há alterações no esqueleto e nos membros das pessoas, nas articulações e nos tecidos musculares ou até no sistema nervoso. Estas alterações provocam limitações motoras que causam impossibilidade ou dificuldade em controlar os movimentos, ou seja, as pessoas ficam com mobilidade reduzida. Algumas das dificuldades são: reações motoras involuntárias, reflexos motores, movimentos involuntários, controlo do movimento voluntário e padrão de marcha). No entanto, é preciso ter consciência que cada pessoa tem o seu grau de autonomia e de incapacidade. Esta pode ser de carácter definitivo (ou seja, ao longo dos anos não sofre alterações) ou evolutivo (tem tendência a alterar-se ao longo dos tempos) (Duarte, 2021).

Há vários tipos de deficiência motora, sendo as principais: monoplegia (paralisia de um só membro); hemiplegia (paralisia de metade do corpo); paraplegia (paralisia de cintura para baixo); tetraplegia (paralisia do pescoço para baixo) e amputação (corte/falta de um membro) (Duarte, 2021).

As pessoas com mobilidade reduzida necessitam de alguns auxílios na sua deslocação: cadeira de rodas, canadianas, bengalas ou outro equipamento que ajude na deslocação (Duarte, 2021).

Como em qualquer tipo de deficiência, as pessoas com mobilidade reduzida encontram no seu dia-a-dia várias barreiras, impedindo-as de “viver as experiências da vida” de forma igual às pessoas sem deficiência. Essas barreiras podem ser físicas (passeios, meios de transporte, infraestruturas sem acessibilidade, entre outros), sociais (atitudes – discriminação, exclusão das pessoas nas atividades sociais) e de comunicação (dificuldade em fornecer e obter informação) (Duarte, 2021).

As pessoas com mobilidade reduzida podem ser divididas em três grupos dependendo do seu grau de deficiência. Em relação à indústria turística, as pessoas que estão nas categorias moderada e grave têm um comportamento diferente das que estão na categoria ligeira. Quanto mais grave for o grau de deficiência, mais importante se tornam os fatores ambientais e a acessibilidade. Estas, procuram destinos mais tranquilos que lhes possibilitem ser mais independentes e tenham o acesso mais facilitado às atividades. Os agentes de viagem têm que ter em consideração que as

peças com deficiência moderada ou grave quando viajam têm sempre um acompanhante ou familiar (Burnett & Baker, 2001).

“Entre as motivações para viajar, as de estar num ambiente natural e fazer atividades ao ar livre são considerados importantes fatores impulsionadores para as pessoas com mobilidade reduzida” (Santana-Santana et al., 2020; Shi et al., 2012, p. 10).

As pessoas com deficiência motora podem ser um segmento de mercado que gere lucro para a indústria turística se estiver bem posicionado, uma vez que estes consumidores, mesmo não sendo ricos, possuem recursos que lhes permitem viajar mais vezes durante o ano (férias, visitas a familiares e cuidados médicos). Os destinos têm que comercializar os seus serviços e produtos para este segmento turístico, uma vez que este tipo de turista é muito leal aos destinos que lhes satisfaçam as necessidades, ou seja, destinos onde estejam incluídas as rampas, instalações acessíveis (quartos, casas de banho, elevadores, entre outros), mas também a formação dos colaboradores, para que estes saibam como agir quando entram em contacto com uma pessoa com deficiência, antecipando sempre as suas necessidades (Burnett & Baker, 2001).

As estratégias de marketing deveriam ser desenhadas e implementadas tendo sempre em mente as pessoas com deficiência (Burnett & Baker, 2001).

No entanto, estas ainda encontram alguns entraves enquanto viajam. Vários autores abordaram este tema indicando algumas barreiras e soluções. Chang e Chen (2012) referem que as principais queixas são a ausência de elevadores, rampas sem barreiras, nos serviços aeroportuários evidenciam a longa distância entre os lugares de estacionamento e os terminais. Kim et al. (2012) apresentam várias sugestões que podem ajudar a aumentar a acessibilidade dos estabelecimentos hoteleiros e dos serviços para as pessoas com deficiência motora.

O estudo de Santana-Santana et al. (2020, p. 10) apresenta algumas estratégias para melhorar a acessibilidade física dos destinos turísticos, tais como: “altura adequada do passeio; conceção de alternativas acessíveis às escadas existentes; adaptação apropriada de parques de estacionamento reservados, com especial atenção à conectividade com o caminho pedonal e recolocação de paragens de autocarro a uma distância mais curta”. Estas estratégias não precisam de grandes obras, ou seja, poderiam ser realizadas com um reduzido orçamento (Santana-Santana et al., 2020).

2.1.2.1 Deficiência

No mundo atual, o número de pessoas com necessidades tem aumentado, sendo este um mercado em crescimento (Benjamin et al., 2021). Observa-se uma maior consciencialização dos conceitos “inclusivo” e “acessibilidade” nos destinos turísticos (Lam et al., 2020).

No que respeita às pessoas com deficiência e de acordo com a World Health Organization (2019), 15% da população mundial, aproximadamente, mil milhões têm alguma forma de deficiência. Este número tem tendência a aumentar dado o envelhecimento populacional, o desenvolvimento de doenças crónicas, a baixa taxa de mortalidade infantil e o aumento da esperança média de vida (Gillovic & McIntosh, 2015). Na Europa existem, aproximadamente, 80 milhões de pessoas (1 em cada 6 pessoas) com algum tipo de deficiência (Agovino et al., 2017). Segundo *The American Disability Association* (2019) cit in Benjamin et al. (2021), estima-se que, a nível mundial, exista mais de mil milhões de pessoas com algum tipo de deficiência. Este, também define deficiência como qualquer condição (corpo e mente) que delimita as pessoas de participarem e interagirem com o mundo (Benjamin et al., 2021). Segundo o Banco Mundial (2017) cit in Švagždienė et al. (2021), mais de mil milhões de pessoas a nível mundial, ou seja 1/5 da população mundial, tem uma grave deficiência (Švagždienė et al., 2021).

Em 2004, a Organização Mundial de Saúde (OMS) definiu quatro tipos principais de deficiência: física ou motora, visual, auditiva e intelectual. No entanto, cada um destes tipos tem os seus graus e formas de deficiência e de limitações (Figueiredo et al., 2012).

A Organização Mundial de Saúde (OMS) distinguiu três aspetos: “*impairment*”, deficiência, “*handicap*” (Burnett & Baker, 2001):

- “*Impairment*”: São perdas físicas, anatómicas ou psicológicas que podem ser permanentes ou transitórias, ou simplesmente uma anomalia;
- Deficiência: Qualquer impedimento em relação a uma atividade que resulte de uma deficiência;
- “*Handicap*”: É uma deficiência que permite uma vantagem ao indivíduo, dado este não cumprir ou ficar limitado na resolução de determinadas

tarefas que são próprias para a idade, sexo e fatores culturais e sociais (Abeyraine 1995 cit in Burnett & Baker, 2001).

“Claramente, um *“impairment”* pode ou não causar uma deficiência; contudo, um *“handicap”* pode não ser o resultado de um *“impairment”*” (Burnett & Baker, 2001, p. 5).

Nem todas pessoas com deficiência têm as mesmas limitações e dificuldades, pois cada tipo e grau de deficiência tem as suas condicionantes. Logo, este grupo é diverso e heterogêneo (Burns et al., 2009; Figueiredo et al., 2012). Essa heterogeneidade é demonstrada pelas diferenças entre as principais motivações das pessoas com e sem deficiência e também entre os principais grupos de deficiências (Santana-Santana et al., 2020).

Algumas das necessidades especiais são para a vida toda, ou seja permanentes, mas há outras que são temporárias, como por exemplo uma perna partida ou a recuperação de uma cirurgia (Liasidou et al., 2019; McCabe & Diekmann, 2015).

A Organização Mundial de Saúde (OMS) (2015) cit in Zajadacz (2015), define a deficiência como um conceito abrangente, uma vez que nela engloba: deficiências (problema no corpo ou na estrutura), restrições de participação (problemas encontrados pelo indivíduo ao participar em situações na vida quotidiana) e limitações em atividades (dificuldades encontradas ao exercer uma atividade). Blichfeldt e Nicolaisen (2011), dizem que o termo “deficiência” é um termo que abrange vários tipos de deficiência, limitações e restrições de participação em diversas atividades da vida quotidiana. Definir “deficiência” com exatidão é um processo difícil, pois nela existem muitas condições (Figueiredo et al., 2012).

Vários autores, relativamente ao setor turístico, afirmam que a heterogeneidade está nas principais motivações dos turistas com e sem deficiências e que pode ser encontrada nos principais grupos de deficiência: auditiva, física, visual, intelectual e cognitiva (Santana-Santana et al., 2020).

Em 2016, a Organização Mundial de Saúde declarou que a deficiência não é só um problema de saúde, mas sim algo complexo que envolve o entrosamento entre as características do corpo da pessoa e as características da sociedade em que se enquadra. Para se conseguir superar as dificuldades das pessoas com deficiência há necessidade de remover as barreiras sociais e ambientais (Liasidou et al., 2019).

Qualquer pessoa, em qualquer momento da sua vida, pode ter algum tipo de deficiência (temporária ou permanente), impedindo-o de participar em várias atividades, ambientes e circunstâncias (Gillovic & McIntosh, 2015). Qualquer tipo de deficiência afeta o “conceito de vida” das pessoas, conduzindo a uma necessidade óbvia de adaptação. A deficiência conduz a uma diminuição de autonomia da pessoa, provocando uma desvantagem social (locomoção, comunicação, trabalho, orientação no espaço e no tempo, higiene pessoal, entre outros) (Švagždienė et al., 2021). No entanto, como qualquer outro indivíduo, as pessoas com deficiência têm também o direito de usufruir da igualdade social e dos direitos civis (Das & Rudra, 2015; Švagždienė et al., 2021).

Vários autores ao longo dos tempos abordaram o tema da deficiência. De acordo com Carvalho-Freitas e Marques (2007), a expressão “pessoas com necessidades especiais” não se deveria utilizar, uma vez que, abrange todas as pessoas que necessitam de um cuidado especial, como por exemplo mulheres grávidas. Sasaki (2002) diz ser necessário ter cuidado com as expressões utilizadas, para não serem criados estereótipos, preconceitos e estigmas, ou seja, a expressão “pessoas portadoras de deficiência” não é correta. Nessa mesma linha de pensamento, Gillovic et al. (2018) dizem que o controle da linguagem é muito importante para não se particularizar o conceito de deficiência ou deficiências.

Ao longo dos tempos, foram-se criando vários modelos que definem a deficiência: médico, social, biopsicossocial, geográfico e económico. Cada Modelo de Deficiência fundamentou-se em diferentes paradigmas, o que influenciou as ações ligadas à acessibilidade em infraestruturas, espaços públicos e serviços turísticos, uma vez que a oferta existente advém de como os prestadores de serviços entendem a deficiência (Zajadacz, 2015). Os modelos mais abordados são os modelos médicos e sociais, que são apresentados como conceitos opostos (Buhalis & Darcy, 2010; Zajadacz, 2015). No entanto, com o aumento da oferta e das viagens turísticas, dar-se-á o desenvolvimento de diferentes abordagens em relação às experiências vividas, como os modelos biopsicossocial, geográfico e económico (Zajadacz, 2015).

O modelo médico declara que a deficiência está associada às características individuais do indivíduo “e é, acima de tudo, a sua própria tragédia pessoal” (Zajadacz, 2015, p. 192). Todos os tratamentos (médico e reabilitação física) realizados ao

indivíduo têm como finalidade aumentar a capacidade individual deste. Porém, este modelo tem sido criticado dado o foco central ser nas causas da deficiência (Best, 2010; Zajadacz, 2015). A Organização Mundial de Saúde (OMS) baseia-se nesta perspectiva, uma vez que declara que a deficiência é um estado de saúde individual que necessita de intervenção médica (Figueiredo et al., 2012).

O modelo social assume que a deficiência não se fundamenta nas características individuais, mas sim dos resultados negativos existentes (barreiras sociais e mentais), que prejudicam a participação da pessoa na vida (Darcy et al., 2010b; Darcy & Pegg, 2011; Zajadacz, 2015). Tendo por base esse entendimento, é preciso eliminar as barreiras existentes para que as pessoas tenham uma melhor qualidade de vida e criar igualdade de oportunidades na sociedade. Este modelo diz-nos que não é a pessoa com deficiência que tem que se adaptar ao ambiente, mas sim o contrário, ou seja, o ambiente social tem que mudar proporcionando condições para que esta possa participar na sociedade (Zajadacz, 2015). Neste momento salienta-se a necessidade de criar um mundo inclusivo, tendo sempre em conta as necessidades, as capacidades individuais, os interesses e os recursos (Figueiredo et al., 2012).

O modelo biopsicossocial da deficiência afirma que a deficiência é um fenómeno complexo, uma vez que, é a interação das características individuais e das características sociais, não podendo, desta forma, recusar qualquer tipo de ação (Zajadacz, 2015).

O modelo geográfico (geoespacial) define a deficiência como uma característica da sociedade que acompanha a “marginalização e a exclusão espacial de espaços sociais dentro do ambiente construído” (Zajadacz, 2015, p. 194). Este modelo utiliza a experiência adquirida e foca-se na inter-relação entre as pessoas com deficiências e o espaço geográfico. O modelo pretende eliminar os problemas sociais relacionados com o modelo social (Chouinard et al., 2010; Zajadacz, 2015). Este modelo baseou-se no paradigma que trata as necessidades especiais existentes (tipos e graus) como uma das muitas que ocorrem na sociedade contemporânea. Desta forma, as mais variadas infraestruturas e serviços devem ter em consideração o “Design Universal”. Não se deve focar unicamente nas deficiências, mas sim nas mais variadas necessidades sociais e adaptar o ambiente envolvente (Zajadacz, 2015).

Por fim, o modelo económico representa a deficiência como uma das diversas necessidades geradoras de procura no mercado turístico. A evolução deste modelo advém do mercado competitivo e do aumento de pessoas afetadas pela deficiência, uma vez que estas pessoas tendem a viajar com a família e amigos. Desta forma, também estes são afetados pela deficiência, visto terem que procurar serviços que sejam acessíveis tanto para eles como para a pessoa com deficiência. Este modelo foi criado pelo setor turístico, sendo um fator importante para o desenvolvimento do turismo acessível (Zajadacz, 2015).

A sociedade começou a preocupar-se mais com a igualdade e direitos das pessoas com deficiência. Nesse sentido, em 2009, a Convenção das Nações Unidas, no que respeita aos Direitos das Pessoas com Deficiência, considerou os direitos deste grupo em quase todas as áreas: educação, saúde, acessibilidade, emprego, vida independente, participação em atividades desportivas e de lazer e direitos civis. Relativamente à participação de atividades culturais, no Artigo 30, este “reconhece o direito das pessoas com deficiência a desfrutar de lugares de acesso a espetáculos ou serviços culturais, tais como teatros, museus, cinemas, bibliotecas e serviços de turismo” (Pagán, 2012, p. 1514). Além disso, os Estados signatários (países que assinaram a Convenção) devem tomar medidas no sentido de proporcionar às pessoas com deficiência o acesso a locais desportivos, recreativos e turísticos (Pagán, 2012).

2.1.2.2 Deficiência, barreiras e alternativas

Há vários tipos de barreiras, sendo estas: físicas, técnicas, sociais, económicas e falta de informação (Agovino et al., 2017; Alina, 2014). Estas barreiras afetam muitos grupos sociais: idosos, pessoas com deficiência (permanente ou temporária), famílias com crianças pequenas, pessoas em situação de risco de exclusão social (por exemplo, imigrantes) (Alina, 2014), enquadrando-se na perspetiva de Biddulph e Scheyvens (2018, p. 587), “a falta de acessibilidade cria desigualdade social”.

Segundo Smith (1987), existem três tipos de barreiras à participação das atividades turísticas:

- Ambientais (atitudes do espaço social, fatores arquitetónicos e ecológicos);
- Interativo (incoerência de competências e barreiras de comunicação);
- Intrínseco (associado à condição física, psicológica e/ou cognitiva da pessoa).

No entanto, outros autores (Burns et al., 2009; Crawford et al., 1991; Daniels et al., 2005; Figueiredo et al., 2012), caracterizam essas barreiras, como:

- Estruturais (físicas e materiais);
- Interpessoais (atitudes);
- Intrapessoais (psicológicas e caracterizada pela deficiência).

As barreiras intrapessoais ou intrínsecas são definidas como o maior problema à participação da atividade turística e às barreiras sociais como as mais negativas (Figueiredo et al., 2012).

Quando as pessoas com deficiências ultrapassam todas as barreiras existentes, querem e desejam as mesmas experiências que as outras pessoas sem deficiência, pedindo serviços e produtos semelhantes (Figueiredo et al., 2012).

Vários autores investigaram as diversas barreiras existentes no setor turístico. De acordo com Loredana et al. (2021), no turismo as principais barreiras estão divididas em dois tópicos: ambiente e barreiras sociais. Relativamente ao ambiente encontram-se: as atividades em destinos turísticos, comunicações, infraestruturas e transportes, planeamento e reservas. Nas barreiras sociais: atitudes, baixo nível de sensibilização para a acessibilidade e baixo nível de qualificação especial para um turismo acessível (Loredana et al., 2021). Segundo Alina (2014), as barreiras técnicas e de informação são

as principais barreiras que dificultam a acessibilidade do ambiente turístico, principalmente para as pessoas com deficiência e os idosos. Conforme as United Nations (2019), os obstáculos encontrados pelas pessoas com deficiência durante as viagens incluem: profissionais sem formação, websites e serviços de reservas sem acessibilidade, inexistência de aeroportos acessíveis e inclusivos, serviços e infraestruturas (restaurantes, hotéis, atrações turísticas) inacessíveis.

Num estudo realizado em Portugal sobre os impactos financeiros da deficiência (Figueiredo et al., 2012; Portugal et al., 2011) é notável a heterogeneidade desse grupo de pessoas em duas dimensões. Na primeira dimensão, foram identificados indicadores de alterações corporais (mentais, visuais, auditivas e motoras). Na segunda dimensão, alguns aspetos foram considerados, tais como: “aprendizagem e aplicação do conhecimento, comunicação, mobilidade, vida doméstica, autocuidado, vida profissional e financeira, relações interpessoais e participação social” (Figueiredo et al., 2012, p. 533). Estes aspetos representam a diversidade de deficiências, incluindo as suas especificidades, dando uma grande importância aos domínios da vida pessoal e social nos vários contextos das atividades diárias (Figueiredo et al., 2012; Portugal et al., 2011). Em qualquer tipo de deficiência, na vida quotidiana, incluindo o lazer, as pessoas com deficiência têm as suas necessidades e limitações. Desta forma, é preciso analisar, e ter em conta as barreiras e limitações específicas que aconteceram a pessoas com deficiência, para além das barreiras mais comuns (Figueiredo et al., 2012), principalmente quando se está a criar e/ou promover atividades acessíveis (Burns et al., 2009; Figueiredo et al., 2012).

Estes constrangimentos e barreiras acontecem porque normalmente as atividades/infraestruturas turísticas são criadas para a população sem deficiência e para os principais organismos, deixando de parte as pessoas com necessidades especiais. É necessário haver a remoção das barreiras físicas. No entanto também é preciso eliminar as barreiras sensoriais e emocionais. No caso das pessoas com mobilidade reduzida é necessário incluir instrumentos que as ajudem a usufruir das experiências e remover os obstáculos materiais. As pessoas com deficiência durante as viagens demonstram vários desejos, atitudes, comportamentos e motivações (Figueiredo et al., 2012).

Inúmeras vezes, as pessoas com mobilidade reduzida não têm serviços que lhes assegurem uma experiência adequada, como por exemplo: a falta de uma rampa devidamente equipada, portas de abertura automática e falta de elevador. No sentido de melhorar a generalidade do serviço prestado, é urgente ter em atenção a acessibilidade do ambiente em que nos encontramos. É muito raro que estas pessoas viajem sozinhas para os destinos turísticos, uma vez que, nos destinos não encontram serviços acessíveis que lhes permitam viajar de forma mais independentemente (Švagždienė et al., 2021).

Quando viajam encontram vários constrangimentos: culturais (discriminação da pessoa sem deficiência perante a pessoa com deficiência), ambientais (estruturas arquitetónicas sem qualquer tipo de acessibilidade) e económicas (Agovino et al., 2017). No entanto, e de acordo com Smith (1987), também encontram barreiras relacionadas com o seu tipo de deficiência, sendo estas chamadas por barreiras intrínsecas (Agovino et al., 2017; Hunter-Jones, 2004).

Ao longo dos tempos, estas barreiras foram objeto de discussão no sentido de evitar a criação de “ilhas de acessibilidade” que podem prejudicar a segurança e a equidade da experiência. Várias campanhas de sensibilização, relativamente às barreiras culturais e ambientais, efetuadas por diferentes países, alcançaram resultados positivos, fornecendo informações sobre a aplicação de requisitos em diferentes ambientes, serviços e produtos. Com o objetivo de alcançar a igualdade social e económica destas pessoas, as barreiras económicas foram objeto de estudo em termos de turismo social (Agovino et al., 2017). As barreiras físicas são constrangimentos encontrados no ambiente que impedem o acesso das pessoas com deficiência a alcançarem uma determinada experiência. Alguns exemplos de barreiras físicas são: iluminação inadequada, mau contraste de cores para as pessoas com dificuldade visual; degraus, falta de elevadores, rampas e portas pesadas para as pessoas com mobilidade reduzida (Michopoulou & Buhalis, 2013).

No entanto, já existem documentos que tentam ajudar a combater as barreiras existentes. No documento “Reabrir o turismo para viajantes com deficiências” são apontadas um conjunto de recomendações para que os vários intervenientes da indústria turística se possam guiar e adaptar aos novos protocolos. De acordo com o planeamento e informação sobre os novos protocolos de viagem, este recomenda que

os websites e aplicações se tornem acessíveis assim como “a inclusão de toda a informação relacionada com a acessibilidade destas plataformas” (Loredana et al., 2021, p. 261).

Quando uma pessoa com deficiência deseja viajar é importante haver informação e fornecimento de dados fiáveis sobre as condições de acessibilidade no destino (Agovino et al., 2017; Darcy, 1998; Shi et al., 2012). Essas informações têm que incluir não só as informações básicas (categoria do hotel, tipo de serviço, pequeno-almoço e jantar incluídos no preço) mas também informações que ajudem o indivíduo a obter os serviços que necessita. A informação deve ser de fácil acesso e em formatos acessíveis (Agovino et al., 2017). No caso das agências de viagens, “a falta desta informação combinada com a falta de competência da maioria das agências de viagens (os principais intervenientes que geram a correspondência entre a procura e a oferta de turismo) traz problemas de acessibilidade em detrimento dos turistas com deficiência” (Agovino et al., 2017, p. 62). Uma vez que a falta de conhecimentos provoca falsos estereótipos em relação às pessoas com deficiência (Agovino et al., 2017).

2.1.2.3 Deficiência e Turismo

Como anteriormente referido, o número de pessoas com necessidades especiais tem aumentado devido a vários fatores: envelhecimento populacional, aumento da esperança média de vida, aumento das doenças crónicas e baixa taxa de mortalidade infantil (Gillovic & McIntosh, 2015; Švagždienė et al., 2021; Vila et al., 2019). Segundo Zsarnoczky (2017), na União Europeia (UE), as pessoas com deficiência e idosos (+65 anos) representam 15% da população, desta forma, a indústria turística deve prestar atenção a este importante público-alvo. Também para com Özogul e Baran (2016), este tipo de turista tem vindo a aumentar, e em grande parte dos casos, estas pessoas viajam com terceiros que também usufruem dos serviços turísticos, o que provoca um aumento do crescimento económico, em resultado do aumento da procura. O processo de tomada de decisão na escolha dos destinos e produtos turísticos, deste tipo de turista, é muito diferente da de um turista não deficiente (Agovino et al., 2017).

Outrora, na indústria turística, as pessoas com deficiência eram excluídas devido à falta de oferta (Liasidou et al., 2019). Atualmente uma pessoa com deficiência é vista como um consumidor (Burnett & Baker, 2001), sendo caracterizadas como um nicho de mercado menos valorizado pela indústria turística (Gillovic & McIntosh, 2015).

No entanto, estas pessoas têm vontade de viajar, mas necessitam de bastante informação para que se sintam seguras enquanto viajam. A falta de informação pode provocar más decisões, uma vez que as pessoas com deficiência têm mais dificuldade em se acalmar em situações inesperadas, sendo este tipo de turista mais exigente relativamente aos serviços turísticos (Liasidou et al., 2019). É crucial que haja inclusão na atividade turística sem que a inacessibilidade a comprometa. A inclusão acontece se as pessoas com deficiência também procurarem a sua integração e os direitos humanos e de cidadania forem valorizados e protegidos (Gillovic & McIntosh, 2015).

Segundo Burnett e Baker (2001), caracterizar e entender a pessoa com deficiência como um consumidor de serviços e produtos turísticos é um processo bastante recente. Uma pessoa com deficiência para se tornar “turista ativo” passa por várias fases a partir da referência à compreensão e aceitação dos integrantes como pessoas com deficiência (incluindo família), às decisões e tarefas para viajar e até à

experiência real da viagem (Pagán, 2012). “Para alcançar a satisfação da informação e permitir plenamente o acesso das pessoas com deficiência ao turismo, é necessária uma compreensão mais sofisticada das necessidades diferenciais e das fontes apropriadas, experiências de destinos acessíveis, e o fornecimento de alojamento adequado por parte dos operadores turísticos” (Darcy et al., 2010b; Pagán, 2012, p. 1517).

As pessoas com deficiência têm os mesmos direitos que os das pessoas sem deficiência no ambiente físico, transporte, comunicação e informação (Özogul & Baran, 2016). Contrariando este direito nega-se o princípio da igualdade. As pessoas com deficiência sentem dificuldade em fazer uso da mobilidade turística, uma vez que faltam equipamentos básicos (Özogul & Baran, 2016). É necessário investir na educação dos principais agentes económicos no processo de correspondência entre a oferta turística e a procura para satisfazer as necessidades da procura (Agovino et al., 2017). Segundo Blichfeldt e Nicolaisen (2011), as pessoas com deficiência deveriam tirar férias, para se sentirem autossuficientes, independentes e não serem um constante “objeto de cuidado”.

Este segmento turístico, como outros, tem as suas necessidades. Desta forma, podemos agrupá-las em três principais categorias: “acessibilidade física, informação sobre a acessibilidade e informação acessível online” (Michopoulou & Buhalis, 2013, p. 230).

De acordo com Pagán (2012), as pessoas com deficiência são pessoas que vivem com rendimentos económicos mais baixos, com uma maior possibilidade de estarem desempregados do que as pessoas sem deficiência. Adicionalmente, as pessoas com deficiência têm outros custos (médicos, seguros, instrumentos de apoio) associados à sua deficiência. Assim sendo, estas condições podem explicar a falta de participação nas atividades turísticas. Nesta perspetiva, a política pública sobre o turismo deveria estar associada a políticas sociais, com o objetivo de integrar mais facilmente estas pessoas na comunidade. Desta forma, através da estratégia Europa 2020, a Comissão Europeia identificou as oito principais áreas com o objetivo de melhorar a situação das pessoas com deficiência: participação, emprego, igualdade, acessibilidade, saúde, educação e formação, proteção social e ação externa (Pagán, 2012).

Vários estudos realizados comprovam que este segmento de mercado tem um grande potencial, pelo seu acentuado grau de disponibilidade, provocando, assim, o desenvolvimento de vários projetos (públicos e privados) com o objetivo de promover o turismo a este tipo de população. Com o aumento e melhoria da qualidade de vida, verificou-se o aumento de oportunidades de mercado para os serviços turísticos acessíveis. Este segmento de mercado é um tipo de turista mais leal, que prefere viajar pela natureza e permanece nos destinos turísticos mais tempo, apesar do seu comportamento ser diferente entre os vários destinos (Švagždienė et al., 2021). Segundo Vila et al. (2019, p. 140), “esta situação é fortemente influenciada pelas políticas de bem-estar, que determinam o modelo de deficiência que é implementado e influenciam a integração das pessoas com deficiência nas atividades quotidianas”.

No entanto, e de acordo com Šiurkutė (2012), as pessoas com deficiência necessitam de ajudas adaptadas, tendo estas que pagar valores mais elevados e esperar em grandes filas de espera pelos serviços. Na indústria turística, este segmento de mercado também enfrenta várias barreiras: nos transportes públicos, nos alojamentos e entre outros (Švagždienė et al., 2021).

Como em qualquer área, no turismo, é preciso haver uma linguagem inclusiva para que as pessoas com necessidades especiais tenham acesso às mesmas oportunidades e benefícios que as pessoas sem necessidades especiais (Benjamin et al., 2021). Como anteriormente dito, termos desatualizados podem provocar estereótipos, sentimentos e/ou atitudes negativas e desadequadas (Benjamin et al., 2021). Desta forma, a *National Disability Authority* (2019) cit in Benjamin et al. (2021) defende que se devia adotar a “*Person-First Language*” quando se escrevesse/falasse sobre as pessoas com deficiência com o objetivo de representar a “individualidade, igualdade, ou dignidade” destas pessoas. Termos como “cadeira de rodas”, “deficiente” e “aleijado” já não se usam, tendo sido substituídos por “pessoas com deficiência” ou “pessoas que utilizam uma cadeira de rodas”. “*Person-First Language* enfatiza a pessoa, não a deficiência e fomenta atitudes positivas em relação às pessoas com deficiência” (Benjamin et al., 2021).

É preciso ouvir a voz das pessoas com deficiência ao planear um desenvolvimento acessível. Estas, não têm que ser só um parceiro de diálogo, precisam também ter uma influência na governação e nas tomadas de decisão. Tendo por base

essa estratégia, estaremos a desenvolver e a promover uma abordagem sustentável. Relativamente aos destinos turísticos, ouvir as experiências já vividas por este tipo de turistas, ajudará no planeamento e no atendimento deste segmento (Biddulph & Scheyvens, 2018).

A utilização do marketing no turismo é essencial para captar a atenção das pessoas com deficiência e idosos com o objetivo de aumentar os seus interesses e motivações para que estes visitem os destinos turísticos. No entanto, este departamento deveria integrar este tipo de pessoas no desenvolvimento das várias campanhas publicitárias e promocionais. Através deste tipo de publicidade/promoção, os turistas com deficiência podem com mais facilidade visualizar-se nos destinos e nas atividades turísticas fazendo com que o desejo e a vontade de viajar aumente (Benjamin et al., 2021).

De acordo com Mendes e Paula (2008) é necessário haver um maior respeito por este tipo de turista e fazer um esforço no sentido de eliminar as barreiras existentes.

Síntese relativa à acessibilidade

Tabela 1 – Síntese relativa à acessibilidade

<p>Acessibilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A acessibilidade consiste na maior facilidade em atingir serviços, bens, destinos e atividades, que são designados como oportunidades (Hansen, 1959 cit it Madeira et al., 2021). - A acessibilidade tornou-se, nos tempos atuais, uma das principais questões-chave do turismo (Gillovic & McIntosh, 2020). - “A acessibilidade está relacionada com a ausência de obstáculos à utilização do produto turístico” (Özogul & Baran, 2016, p. 82). - A acessibilidade fornece a todos os indivíduos a mesma oportunidade de alcançarem os serviços e produtos existentes sem a necessidade da intervenção de terceiros, independentemente das suas condições (Švagždienė et al., 2021).
<p>Design Universal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O conceito de Design Universal engloba todas as pessoas de todas as idades, capacidades e necessidades (Darcy et al., 2010b). - Tem como objetivo principal criar produtos, serviços e ambientes acessíveis a todos, (Adam, 2019b; Alina, 2014; Mustaquim, 2015). - O Design Universal inclui sete princípios que dão orientações gerais para que seja possível avaliar os indicadores individuais de acessibilidade (Adam, 2019b; Zajac, 2016).
<p>Mobilidade Reduzida</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilidade reduzida ocorre quando há alterações no esqueleto e nos membros das pessoas, nas articulações e nos tecidos musculares ou até no sistema nervoso (Duarte, 2021). - Há vários tipos de deficiência motora, sendo as principais: monoplegia (paralisia de um só membro); hemiplegia (paralisia de metade do corpo); paraplegia (paralisia de cintura para baixo); tetraplegia (paralisia do pescoço para baixo) e amputação (corte/falta de um membro) (Duarte, 2021).
<p>Deficiência</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Em 2004, a Organização Mundial de Saúde (OMS) definiu quatro tipos principais de deficiência: física ou motora, visual, auditiva e intelectual (Figueiredo et al., 2012). - Nem todas as pessoas com deficiência têm as mesmas limitações e dificuldades, pois cada tipo e grau de deficiência tem as suas condicionantes. Logo, este grupo é diverso e heterogêneo (Burns et al., 2009; Figueiredo et al., 2012). - Ao longo dos tempos, foram-se criando vários modelos que definem a deficiência: médico, social, biopsicossocial, geográfico e económico. Cada Modelo de Deficiência fundamentou-se em diferentes paradigmas, o que influenciou as ações ligadas à acessibilidade em infraestruturas, espaços públicos e serviços turísticos, uma vez que a oferta existente advém de como os prestadores de serviços entendem a deficiência (Zajadacz, 2015).
<p>Deficiência, barreiras e alternativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Segundo Smith (1987), existem três tipos de barreiras à participação das atividades turísticas: ambientais, interativo e intrínseco. - De acordo com Loredana et al. (2021), no turismo as principais barreiras estão divididas em dois tópicos: ambiente e barreiras sociais. - Segundo Alina (2014), as barreiras técnicas e de informação são as principais barreiras que dificultam a acessibilidade do ambiente turístico, principalmente para as pessoas com deficiência e os idosos. - É necessário incluir instrumentos que as ajudem a usufruir das experiências e remover os obstáculos materiais (Figueiredo et al., 2012).
<p>Deficiência e Turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Segundo Zsarnoczky (2017), na União Europeia (UE), as pessoas com deficiência e idosos (+65 anos) representam 15% da população, desta forma, a indústria turística deve prestar atenção a este importante público-alvo. - É crucial que haja inclusão na atividade turística sem que a inacessibilidade a comprometa (Gillovic & McIntosh, 2015). - É preciso ouvir a voz das pessoas com deficiência ao planear um desenvolvimento acessível (Biddulph & Scheyvens, 2018).

Fonte: Elaboração Própria

2.2 Turismo Inclusivo e Turismo Acessível

O Turismo é o setor onde todas as pessoas têm o direito de participar, no entanto, existem determinados segmentos que estão mais afastados da vida ativa da comunidade, como as pessoas com deficiência. Estas, enfrentam várias barreiras na participação e inclusão na sociedade e nas atividades recreativas (cultura, arte, desporto, entre outros) (Gillovic & McIntosh, 2020). Relativamente ao Turismo, estas, também enfrentam várias barreiras, ao não conseguirem participar em várias atividades de lazer dadas as suas necessidades. Porém, este setor tem capacidade para melhorar a qualidade de vida deste segmento ao se inovar, com o objetivo de satisfazer e atender todas as necessidades dos seus clientes (Adam, 2019a; Figueiredo et al., 2012; Gillovic & McIntosh, 2020).

Nos últimos anos, a acessibilidade tem sido considerada, cada vez mais, um fator importante e estratégico para os destinos turísticos (Santana-Santana et al., 2020). “A acessibilidade não está apenas relacionada com um anel da cadeia, mas está relacionada com todos” (Özogul & Baran, 2016, p. 82). Em relação ao setor turístico, a acessibilidade deve estar presente em toda a cadeia (Loredana et al., 2021).

Um aspeto crítico no planeamento e desenvolvimento do turismo tem a ver com a acessibilidade. Esta deve gerar um aumento da criação de infraestruturas que façam as necessidades do público-alvo e uma mudança no comportamento deste, de igual modo, o gestor tem que estar atento à forma como o processo se está a desenvolver para que seja o mais sustentável possível (Tverijonaite et al., 2018). A acessibilidade no turismo expressa-se na acessibilidade dos serviços, produtos, ambientes e da informação fornecida às pessoas com necessidades especiais (Švagždienė et al., 2021).

Quando uma pessoa com necessidades especiais quer viajar, a escolha do destino é determinada pela sua capacidade de encontrar infraestruturas que correspondam às suas necessidades de acessibilidade física (Adam, 2019b; Daniels et al., 2005).

Na Declaração de Manila, em 1980, podemos encontrar a base do turismo acessível, onde a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (UNWTO)

definiu que se deve proporcionar o melhor acesso aos serviços do turismo, não havendo discriminação (Adam, 2019b; Bowtell, 2015).

Este tipo de turismo pode ser caracterizado como uma abordagem ao desenvolvimento e gestão do setor turístico, que se dispõe a satisfazer as necessidades de todo o Ser Humano, para que seja possível usufruírem de toda a experiência turística de uma forma independente e equitativa. Os vários tipos de acessibilidade (física, emocional, de informação, financeira e cultura do serviço) são importantes para que a implementação do turismo acessível seja bem sucedido (Adam, 2019b; Buhalis & Darcy, 2010).

O Turismo Inclusivo é um tipo de turismo que procura atenuar e/ou ultrapassar as barreiras existentes no setor turístico, tentando sempre assegurar que a maior parte das pessoas possam participar e tirar proveito deste setor, ou seja, o Turismo Acessível permite acrescentar valor ao conhecimento e ao entendimento do setor (Gillovic & McIntosh, 2020). Nesse sentido, este tipo de turismo é um turismo transformador, uma vez que expõe a discriminação existente, tentando superá-la, tocando na consciência das pessoas com o objetivo de as fazer compreender a situação das minorias, sendo este um conceito analítico (Gillovic & McIntosh, 2020; Kadi et al., 2019; Scheyvens & Biddulph, 2018).

Segundo Scheyvens e Biddulph (2018), na definição de turismo inclusivo existem sete elementos diferentes que formam as linhas de investigação. Estes elementos podem informar sobre as limitações e potencialidades do turismo com o objetivo de gerar impactes socioeconómicos com resultados mais sustentáveis e equitativos. O primeiro elemento refere-se às pessoas desfavorecidas como produtores de turismo, ultrapassando as barreiras existentes; o segundo elemento, as pessoas desfavorecidas como consumidores do setor turístico, ultrapassando as barreiras existentes; o terceiro elemento, autorrepresentação de uma forma adequada e digna, de forma que possam contar a sua história e cultura; o quarto elemento, a relação de poder dentro e fora do turismo; o quinto elemento, maior participação nas tomadas de decisão no setor turístico; o sexto elemento, mudança no setor turístico com o objetivo de proporcionar mais oportunidades e envolver mais pessoas; por fim, o sétimo elemento, promoção da compreensão e respeito mútuo. A aplicação destes sete elementos permite avaliar o grau de inclusão do destino

Bakker e Messerli (2017), defendem que o crescimento inclusivo é um caminho a longo prazo, onde há o aumento das oportunidades de emprego e da dimensão económica e não a redistribuição de recursos às pessoas desfavorecidas. Os autores concordam que este crescimento inclusivo traz mais possibilidades ao setor turístico do que uma abordagem a favor dos desfavorecidos. Apesar de vários investigadores do setor turístico não terem testado a noção de crescimento inclusivo dirigido pelo turismo, Hampton et al. (2017), que trabalhavam no *Ha Long Bay*, no Vietname, concluíram que embora haja um rápido crescimento do turismo nesta área, o estudo colocou algumas dúvidas no que respeita à colaboração do turismo com o crescimento inclusivo, uma vez que a cadeia de abastecimento local, as oportunidades de emprego e de negócio estavam a diminuir.

Para Scheyvens e Biddulph (2018), o Turismo Acessível é uma vertente do Turismo Inclusivo, uma vez que o Turismo Inclusivo abrange todas as formas de exclusão (tentando alargar o acesso das pessoas marginalizadas, como forma de consumidor e produtor de turismo) e divisão socioeconómica, já o turismo acessível abrange somente a acessibilidade. O Turismo Inclusivo está ligado tanto à produção como ao consumo de pessoas com diferentes capacidades, gerando empresários, colaboradores e reguladores. O Turismo Acessível tem como missão assegurar que o turismo é produzido e consumido por todas as pessoas, independentemente das suas capacidades.

Segundo Darcy et al. (2010) e Özogul e Baran (2016), o Turismo Acessível é um tipo de turismo que permite que pessoas com deficiência, bebés e/ou idosos possam usufruir de forma equitativa, digna e independente dos vários serviços, produtos e ambiente de conceção universal. Buhalis e Darcy (2010) definem Turismo Acessível como um processo colaborativo entre os diversos intervenientes que permitam que pessoas com necessidade especiais possam usufruir de forma independente, equitativa e digna dos diferentes serviços turísticos criados universalmente. Por fim, segundo Talen (2002), a capacidade de viajar de uma forma confortável é um dos principais fatores de atração de um destino turístico.

Na perspetiva de Darcy et al. (2010), o mercado acessível é um mercado que inclui tanto turistas nacionais como turistas internacionais. As famílias, onde algum membro sofre de alguma deficiência, são um segmento importante para este tipo de

mercado. É necessária a criação de um ambiente acessível dando a possibilidade a todos os elementos de usufruírem de um ambiente acessível, não havendo distinção. As empresas que oferecem experiências acessíveis e de qualidade comprovam a existência de um turismo acessível aumentando as taxas de atividade/ocupação (Darcy et al., 2010b). As empresas do setor turístico têm sido mais recetivas ao Turismo Acessível, principalmente nos países desenvolvidos, baseadas nas leis, normas, políticas e regulamentações rigorosas (Adam, 2019b; Edusei et al., 2015), contrariando o que se passa na maioria dos países em desenvolvimento em que este tipo de turismo é deixado ao critério dos operadores turísticos sujeitos às conotações socioculturais negativas no que respeita à deficiência (Adam, 2019b).

O Turismo Acessível engloba muitas áreas. Inclui a disponibilização de cadeiras de rodas às pessoas com mobilidade reduzida, a criação de sinais em relevo para assinalar as direções às pessoas como deficiência visual, recursos humanos profissionalizados em linguagem gestual para as pessoas com deficiência auditiva, como também a criação de menus destinados a pessoas diabéticas (Özogul & Baran, 2016). Em suma, o termo “Turismo para Todos” significa que este deve satisfazer as expectativas da acessibilidade na gestão dos destinos turísticos (Darcy & Dickson, 2009; Özogul & Baran, 2016).

Diversos autores procuram definições para o conceito de Turismo Acessível. Segundo Pagán (2012), Turismo Acessível é um tipo de turismo que defende os direitos do Ser Humano com o objetivo de que todos possam usufruir de tempos de lazer e turismo, ultrapassando as barreiras que lhes são apresentadas. Darcy e Dickson (2009), enfatizam que o Turismo Acessível fornece às pessoas com deficiência (mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas) todos os requisitos para que possam usufruir de forma independente, com equidade e dignidade, dos serviços e produtos universalmente concebidos. Scheyvens e Biddulph (2018), afirmam que o Turismo Acessível tem a necessidade de assegurar que o setor turístico é desfrutado por todas as pessoas, independentemente das suas limitações. “Como tal, o Turismo Acessível é apenas um aspeto do Turismo Inclusivo uma vez que engloba todas as formas de exclusão e divisão social e económica” (Scheyvens & Biddulph, 2018, p. 596).

Com o aumento da esperança média de vida, aumentou consideravelmente o número de idosos a participarem e a usufruírem da indústria turística, induzindo a

criação de um novo nicho de mercado (Eusébio et al., 2017; Liasidou et al., 2019). Posto isto, a inclusão da população de terceira idade (+ de 65 anos) no Turismo Acessível é um fator fulcral para análise aprofundada relativamente à importância deste conceito e deste mercado (Liasidou et al., 2019).

No entanto, apesar do aumento de pessoas com deficiência e o aumento de pessoas com mais de 65 anos, ainda há países com pouca legislação sobre a acessibilidade turística, com pessoal pouco instruído e sem compaixão por este segmento turístico, sendo estas algumas das barreiras existentes no turismo acessível (Özogul & Baran, 2016).

A oferta turística deve adotar a inclusão nos seus produtos e serviços, com o objetivo de todos os turistas poderem usufruir da mesma oportunidade de acesso sem qualquer tipo de barreiras (Liasidou et al., 2019). Desta forma, os fornecedores turísticos devem desenvolver serviços e produtos especiais para dar apoio a este segmento turístico, satisfazendo as suas necessidades (Domínguez Vila et al., 2015; Liasidou et al., 2019). Será igualmente necessário acautelar a prestação de serviços pelo pessoal dos estabelecimentos turísticos, baseada em comportamentos e atitudes adequados (empatia e sem discriminação) e competências ajustadas (Cloquet et al., 2018; Liasidou et al., 2019). “Cada hóspede é especial e diferente, e é por isso que as empresas de turismo devem dar às pessoas com deficiência a oportunidade de expressar as suas necessidades e, em muitos casos, indicar a forma como desejam ser servidas” (Liasidou et al., 2019, p. 114). A acessibilidade do espaço turístico é um fator determinante para os destinos (Alina, 2014).

A utilização das tecnologias de informação e comunicação é cada vez mais usada no turismo com o objetivo de fornecer informações sobre o destino, serviços e produtos oferecidos pelo destino turístico, principalmente para as pessoas com deficiências, sendo esta chamada de Acessibilidade Digital (Madeira et al., 2021; Ramos et al., 2021). As DMOs têm o objetivo de promover e criarem uma imagem que irá influenciar o turista e, com os avanços das tecnologias, os *websites* e aplicações, tornaram-se fulcrais para o fornecimento de informação sobre os destinos turísticos (Fernández-Díaz et al., 2021). Grande parte das aplicações móveis criadas com o objetivo de ajudar as pessoas com deficiência nas viagens e atividades turísticas, cedem informações sobre os locais, transportes, infraestruturas e recomendações de locais que

podem ser visitados. No entanto, para além destas informações, também fornecem informações sobre as características do destino relativamente à sua a acessibilidade (Madeira et al., 2021). Este tipo de tecnologias determina a melhoria da experiência vivida pelos turistas, independentemente de terem ou não algum tipo de deficiência (Ramos et al., 2021). Porém, estas aplicações móveis não são o suficiente, é necessário ter em consideração que cada tipo de deficiência tem as suas próprias limitações, cada indivíduo tem as suas próprias necessidades (Madeira et al., 2021).

Em conclusão, um destino com acessibilidade tem uma vantagem competitiva em relação aos seus destinos turísticos concorrentes (Bifulco & Leone, 2014). Aumentar a acessibilidade pode ajudar tanto as pessoas que querem viajar como as que gostavam de trabalhar na área do turismo. Assim sendo, aplicar uma abordagem mais acessível nas infraestruturas, serviços e produtos turísticos beneficiam as pessoas com necessidades especiais e os habitantes, movendo efeitos positivos na qualidade de vida (Alina, 2014). A acessibilidade também é considerada como uma parte importante para um turismo sustentável e responsável (Fernández-Díaz et al., 2021).

2.2.1 Legislação

Para que o Turismo Acessível se torne físico é imprescindível haver legislação que obrigue a impor ações e normas acessíveis nos destinos e produtos turísticos. Desta forma, foram desenvolvidas normas, convenções, leis e decretos-lei para impor a acessibilidade nos locais, tanto a nível nacional como a nível internacional. A atenção à deficiência é ainda recente, tendo sido abordada em legislação a partir de 1999, no Código de Ética para o Turismo, no artigo 7º, pela Organização Mundial de Turismo. Este código tem como objetivo divulgar o turismo sustentável e responsável (Duarte, 2021).

Internacionalmente, foram desenvolvidos vários documentos relacionados com as temáticas “acessibilidade” e “deficiência humana” com o propósito de oferecer uma melhor qualidade de vida às pessoas (Duarte, 2011).

A Convenção das Nações Unidas dos Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU – 2006), tem como objetivo principal garantir, promover e proteger os direitos humanos, principalmente das pessoas com deficiências – garantir a dignidade, a liberdade individual, a integridade, a igualdade de género e de oportunidade e a necessidade de haver leis, programas e políticas para a proibição da discriminação (United Nations Enable, 2006).

Nesta Convenção, os Estados signatários comprometem-se relativamente à promoção e garantia dos direitos e as liberdades fundamentais de todas as pessoas, sem qualquer tipo de discriminação. Algumas das iniciativas para que isso aconteça são: adotar e tomar todas as medidas para que haja a implementação dos direitos e para acabar com a discriminação; disponibilizar informações acessíveis sobre os meios de ajuda na mobilidade, com o apoio das novas tecnologias, instalações de apoio, serviços e outras formas de assistência, desenvolvimento e implementação de políticas e legislação para que seja permitido a aplicação da Convenção (United Nations Enable, 2006)

Relativamente ao Artigo 9.º da Convenção, a acessibilidade tem que estar incluída em todos os momentos, para que seja possível às pessoas com deficiências viverem de forma mais independente e participarem em todas as atividades da vida quotidiana. Desta forma, são necessárias medidas com o objetivo de identificar e eliminar as barreiras existentes. Estas medidas serão aplicadas na via pública

(estradas), nas infraestruturas (edifícios habitacionais, escolas, instalações médicas, locais de trabalho, museus, entre outros) e nos sistemas de informação e comunicação acessíveis (“*braille*”, leitura e compreensão fácil, intérpretes profissionais de linguagem gestual, entre outros), uma vez que têm igual direito de usufruírem das atividades do quotidiano (United Nations Enable, 2006).

No Artigo 30.º, é declarado pelos Estados signatários que as pessoas com deficiência têm o direito de participarem na vida cultural, sendo necessário a adoção de todas as medidas apropriadas para garantir a participação: acesso a material e programas culturais em formato acessível; assegurar que as pessoas com deficiência têm as mesmas oportunidades de participação e usufruto nas atividades de lazer e escolares, tal como uma criança sem deficiência; garantir o acesso das pessoas com deficiência a locais recreativos, turísticos e desportivos; e, certificar que as pessoas com deficiência têm o acesso aos serviços de pessoas envolvidas na organização de atividades turísticas, desportivas, de lazer e recreativas (United Nations Enable, 2006).

Em 2011, a Organização Mundial de Saúde (OMS), criou o Relatório sobre as Pessoas com Deficiência. Este relatório tem como objetivo permitir que a Convenção das Nações Unidas dos Direitos das Pessoas com Deficiência seja mais facilmente implementada e agrupar maior informação sobre a deficiência para melhorar a qualidade de vida das pessoas (World Health Organization & Bank, 2011).

A 13 de julho de 2021, foi publicada a Norma ISO 21902:2021 – Turismo e serviços relacionados – Turismo acessível para todos. Esta norma tem como objetivo estabelecer os requisitos e disponibilizar orientações para um turismo acessível a todos, tendo como principal objetivo garantir o acesso e usufruto do turismo a todas as pessoas, independentemente das suas limitações e capacidades. O documento fornece informação sobre estratégias, políticas, produtos e serviços e infraestruturas e é direcionado a todas as partes interessadas, tanto para o setor público como para o setor privado (ISO 21902:2021, 2021).

O documento aborda o património, onde se denota a necessária intervenção da acessibilidade, uma vez que apresenta várias dificuldades para um determinado setor de visitantes. Apresenta algumas recomendações e requisitos para que haja uma melhoria: os passeios devem ter uma largura suficiente que se seja possível passar uma cadeira de rodas, caso não seja possível deve haver a restrição do acesso apenas a

peões; o percurso deve ser plano e evitar a utilização de pedras de calçada, caso não seja possível, uma solução pode ser um percurso plano, com juntas entre os pavimentos nivelados, com o objetivo de ajudar na passagem de cadeiras de rodas e para que não haja desequilíbrios ou quedas, também é necessária a verificação da superfície; o percurso deve evitar degraus e rampas íngremes, deve ser suficientemente largo para que seja possível passar duas pessoas ou para manobrem uma cadeira de rodas; deve haver a sinalização de direções e dos principais pontos de interesse, com o objetivo de ajudar na orientação dos turistas, evitando assim que as pessoas se percam; deve haver o ajustamento dos meios de transportes para ajudar as pessoas com deficiência, principalmente quando o centro histórico é de difícil travessia; os locais devem ser sempre bem iluminados (ISO 21902:2021, 2021).

Em todas as atividades, o prestador de serviços deve ter em consideração alguns requisitos e recomendações: as pessoas com deficiência podem viajar com um companheiro, ou assistente pessoal ou com um cão-guia. Desta forma, os prestadores de serviços não devem recusar o serviço às pessoas com deficiência que viajam de forma independente (ISO 21902:2021, 2021).

Relativamente ao turismo cultural, este documento também o aborda, uma vez que se deve assegurar a acessibilidade nos monumentos e nas infraestruturas culturais. O prestador de serviços deve fornecer às pessoas com deficiência alternativas para que possam usufruir de toda a experiência turística. Desta forma, para se assegurar a acessibilidade deve-se seguir algumas medidas: os anúncios informativos devem utilizar diferentes formatos, como por exemplo fácil leitura e “*braille*”, com o propósito de abranger o máximo de pessoas; as reservas devem ser feitas de forma acessível mas com os mesmos níveis de serviços; os programas acessíveis e educativos devem basear-se nos vários sentidos; os guias devem receber formação para terem sensibilização e conhecimentos sobre as pessoas com deficiência; e, assegurar que a iluminação é a mais adequada (ISO 21902:2021, 2021).

A nível nacional, houve a criação de diversa legislação, programas e estratégias para impor a acessibilidade no turismo. Na Estratégia Turismo 2027, esta tem como um dos seus objetivos aumentar a acessibilidade em Portugal e melhorar a mobilidade dentro do país. O Programa *All for All*, criado pelo Turismo de Portugal, tem como objetivo estimular os fornecedores de serviço da indústria a terem em atenção a

acessibilidade, e ajustarem os seus produtos e serviços a toda a sociedade, dando resposta a todas as necessidades e desejos existentes, construindo desta forma um destino mais acessível (Duarte, 2021).

Para além das estratégias e programas, Portugal desenvolveu também leis, despachos normativos, normas e decretos-lei a abordar tanto o turismo como a deficiência, tais como: Decreto-Lei n.º 163/2006; Lei 46/2006 (“proíbe e pune a discriminação, em razão da deficiência e da existência de risco agravado de saúde”); Decreto-Lei 74/2007; Norma Portuguesa 4523/2018 (esta norma define como os estabelecimentos hoteleiros devem atuar para fornecer qualidade de serviços, autonomia e dignidade às pessoas); e o Despacho Normativo 10/2019 (Duarte, 2021).

A acessibilidade é um elemento fulcral para que haja boa qualidade de vida, sendo considerada uma forma indispensável para o exercício dos direitos de toda a população: maior criação de laços, maior participação nas atividades da vida quotidiana e para um aumento da solidariedade no Estado. Desta forma, há a necessidade de se criar ações que têm como principal objetivo assegurar e garantir os direitos das pessoas com deficiência, ou seja, pessoas que encontram várias barreiras que as impedem de usufruir das atividades, que resultam de fatores temporários ou permanentes, de deficiências (motora/física, sensorial e intelectual, auditiva, comunicativa e visual), mas também podem ser grávidas, crianças e/ou idosos (Decreto-Lei 163/2006, 2006).

Assim, o Decreto-Lei 163/2006, de 8 de agosto, tem como objetivo principal criar ações que facilitem a participação no quotidiano às pessoas com mobilidade condicionada, uma vez que estas encontram múltiplas barreiras que as impede de usufruir dos direitos de cidadania. Este novo diploma tem como finalidade aplicar a acessibilidade aos edifícios e infraestruturas públicos (como por exemplo, museus, estabelecimentos hoteleiros, espaços de recreio e lazer, entre outros), à via pública e aos edifícios habitacionais. Este novo decreto-lei advém da revogação do Decreto-Lei 123/94, de 22 de maio, uma vez que havia uma escassez de ações propostas, coimas com baixo valor para os serviços que não tinham acessibilidade e baixa eficácia sancionatória, ou seja, as desigualdades e barreiras persistiam, logo, foi necessário a criação de um novo diploma (Decreto-Lei 163/2006, 2006). Nesta lógica, o novo diploma tem como objetivo “corrigir as imperfeições constatadas, melhorando os

mecanismos fiscalizadores, dotando-o de uma maior eficácia sancionatória, aumentando os níveis de comunicação e de responsabilização dos diversos agentes envolvidos nestes procedimentos, bem como introduzir novas soluções, consentâneas com a evolução técnica, social e legislativa entretanto verificada” (Decreto-Lei 163/2006, 2006, p. 5671).

Com este decreto verificou-se um papel mais ativo daqueles que enfrentam as barreiras sociais e ambientais e das organizações não governamentais, sendo estes os principais interessados no cumprimento das ações de acessibilidade, uma vez que têm instrumentos para as impor e fiscalizar. As organizações não governamentais das pessoas com deficiência e de mobilidade reduzida com personalidade jurídica podem intervir em ações para que seja garantido o implemento das normas técnicas (Decreto-Lei 163/2006, 2006).

As câmaras municipais das várias cidades têm o dever de comunicar as situações de incumprimento das normas anexadas no diploma às entidades administrativas. As organizações não governamentais têm ainda o direito de serem informadas sobre as operações urbanísticas nas infraestruturas (Decreto-Lei 163/2006, 2006).

Algumas das ações impostas neste decreto-lei são:

- Na via pública, as áreas urbanizadas devem ter uma rede de percursos acessíveis que proporcionem um acesso confortável e seguro para as pessoas com mobilidade reduzida. Esta deve ser coerente e contínua, abranger toda a área urbanizada e articular com as várias atividades existentes. A rede deve incluir rampas (com corrimão de ambos os lados ou duplo corrimão central, caso a largura seja maior que 3m; ou ambos os lados e duplo corrimão central, caso a largura seja maior que 6m), escadarias, escadarias com rampas, passagens de peões (a altura do lancil não deve ser superior a 0,02m), passeios e caminhos (Decreto-Lei 163/2006, 2006).
- Nos edifícios e estabelecimentos, estes, devem conter pelo menos um percurso acessível, que possibilite um acesso confortável e seguro, principalmente para as pessoas com mobilidade reduzida. Também devem existir plataformas elevatórias com dimensões apropriadas para a utilização de uma pessoa adulta

que utiliza uma cadeira de rodas e não podem ser inferiores a 0,75m por 1m (Decreto-Lei 163/2006, 2006).

- Nas instalações com atividades socioculturais, deve existir um determinado número de lugares para pessoas em cadeira de rodas:
 - 1 lugar nas salas/recintos com uma capacidade máxima de 25 lugares,
 - 2 lugares em salas com uma capacidade até 50 lugares,
 - 3 lugares em salas com uma capacidade de 100 lugares,
 - 4 lugares em salas com uma capacidade de 200 lugares,
 - 2% do total de lugar nas salas com capacidade máxima de 500 lugares,
 - 10 lugares mais 1% do que exceder 500 lugares nas salas com capacidade até 1000 lugares, e,
 - 15 lugares mais 0,1% do que exceder 1000 nas salas com capacidade superior a 1000 lugares;
 - estes lugares estarão distribuídos pela sala e devem ter junto deles pelo menos um lugar para algum acompanhante sem deficiência - estas cadeiras podem ser cadeiras desmontáveis quando estas não são precisas (Decreto-Lei 163/2006, 2006).
- Nos percursos acessíveis, as zonas livres devem ser completamente desobstruídas, tendo dimensões necessárias para, caso seja preciso realizar uma manobra, a pessoa em cadeira de rodas, se sinta confiante e segura de a fazer. Os pisos e os revestimentos devem ter uma superfície estável (“não se desloca quando sujeita às ações mecânicas decorrentes do uso normal”), durável (com uma elevada duração independentemente das lavagens ou das chuvas), firme (“não é deformável”) e contínua (“não possui juntas com uma profundidade superior a 0,005 m”) (Decreto-Lei 163/2006, 2006, p. 5687).

Inicialmente, no Decreto-Lei n.º 118/99, de 14 de abril, os cães-guia foram considerados no acompanhamento das pessoas com deficiência visual nos estabelecimentos públicos, locais e transportes. No entanto, com a evolução das técnicas de treino e da proteção sanitária dos cães, o treino passou a ser considerado um meio de apoio às pessoas com deficiência orgânica, mental e motora não obstante a sua limitação. Logo, a legislação passou a ser insuficiente, tendo sido substituída por um

novo documento: Decreto-Lei n.º 74/2007, de 27 de março (Decreto-Lei n.º 74/2007, 2007).

Neste novo documento, adotou-se uma nova terminologia: “cão de assistência”, passando, desta forma, a abranger uma variedade de categorias de cães de auxílio para pessoas com deficiência: *cães-guia* (para pessoas com deficiência visual), os *cães para surdos* e os *cães de serviço* (principalmente para pessoas com deficiência motora, orgânica ou mental). A utilização do cão de assistência permite que a pessoa com deficiência seja mais autónoma, independente e autossuficiente quando participa nas atividades sociais. O cão de assistência, quando acompanhado por uma pessoa com deficiência, pode aceder: a transportes públicos (comboios, autocarros, táxis, metropolitanos, aviões de companhias nacionais), estabelecimentos públicos (recintos de espetáculos, desportivos, de divertimento, estabelecimentos da administração pública, de saúde (público e privado), estabelecimentos comerciais, estabelecimentos turísticos (alojamento, restaurantes, museus, monumentos, entre outros), e locais (emprego) (Decreto-Lei n.º 74/2007, 2007).

Só é reconhecido a condição de “cão de assistência” se o mesmo for treinado em locais licenciados. O certificado é passado pelo estabelecimento através da emissão de um cartão e distintivo (Decreto-Lei n.º 74/2007, 2007).

Relativamente ao Despacho Normativo n.º 10/2019, este, criou o Programa Valorizar. O Programa tem como principal objetivo ajudar no desenvolvimento de projetos turísticos que têm como propósito o reconhecimento turístico dos territórios, especialmente os de menor densidade (Despacho Normativo n.º 10/2019, 2019).

Neste despacho, no Artigo 2.º, são abrangidos os Projetos Turismo Acessível, com o objetivo de ajudar economicamente no desenvolvimento de projetos acessíveis. São abrangidos os projetos que estejam localizados em todo o território que têm como objetivo principal projetos turísticos. Estes projetos devem conter soluções relacionadas com a acessibilidade, que sejam capazes de atenuar as necessidades especiais de todos aqueles que dela carecem, independentemente de ser uma limitação temporária ou definitiva (Despacho Normativo n.º 10/2019, 2019).

2.2.2 As plataformas digitais e o turismo acessível

O turismo é uma indústria que se integra no estilo de vida moderno, sendo considerado um privilégio para as pessoas com deficiência, uma vez que pode ajudar na qualidade de vida e no desenvolvimento pessoal. Desta forma, verifica-se o aumento do interesse pela participação e inclusão das pessoas com deficiência no turismo (Halkiopoulos et al., 2020).

Esta indústria tem a capacidade de proporcionar uma nova “atitude industrial”, podendo intervir na forma como é aceite a “diferença” na sociedade em geral e criar efeitos secundários positivos originando mais negócios, dando-se um crescimento económico (Michopoulou et al., 2015).

Uma parte da população mundial que tenciona viajar possui algum tipo de deficiência (motora, cognitiva, visual ou auditiva) e a indústria turística percebendo o potencial das novas tecnologias, introduziu-as como uma valência para a atividade (Brodeala, 2020; Halkiopoulos et al., 2020; Ponciano et al., 2021). Com o desenvolvimento das plataformas digitais, como aplicações, *websites* sobre os destinos e redes sociais, permitiram a abertura de um maior leque de oportunidades, uma vez que permite às pessoas com deficiência saber desde logo se o destino/atividade é ou não acessível às suas características (Ponciano et al., 2021).

As Novas Tecnologias, a Internet e o Marketing são cruciais para a participação das pessoas com deficiência na indústria turística, pois é a partir destas valências que se dá o primeiro contacto quando se procura informação acerca do destino e/ou atividades, desde o planeamento ou até durante a viagem (Cloquet et al., 2018).

Uma das estratégias de marketing para captar a atenção do público-alvo é a utilização de imagens apelativas. Uma imagem consegue influenciar a opinião das pessoas, motivar a participação em novas atividades, mudar mentalidades e aumentar a vontade de viajar, incluindo as pessoas com deficiências (Cloquet et al., 2018).

“*Web Accessibility*” é o termo que designa a facilidade de utilizar as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) pelas pessoas com deficiência. Os *websites* desenvolvidos pela indústria turística devem ser acessíveis a qualquer tipo de pessoa, com ou sem deficiência, dando-lhes toda a informação necessária (Halkiopoulos et al., 2020). Caso não sejam acessíveis, as pessoas com deficiência e até os idosos (uma vez que também beneficiam da “*Web Accessibility*” devido à

diminuição das competências próprias da idade) podem ser excluídos, estabelecendo, assim, uma barreira digital (por exemplo: informação incorreta; o *website* não adaptado a todos os tipos de utilizadores; sem detalhes; entre outros) para este segmento de turistas (Fernández-Díaz et al., 2021).

Na investigação de Gonçalves et al. (2014), os autores evidenciam que apesar de a Internet ser usada por todos, existe um parcela da população com problemas físicos e/ou mentais que dificultam a utilização da Internet por parte do indivíduo. Desta forma, os autores apontam a importância das pessoas com limitações terem idêntico acesso e informação, tal e qual como uma pessoa sem qualquer tipo de limitação.

A utilização das novas tecnologias tornou-se essencial para a vida em sociedade, tanto ao nível económico, social e educacional. Desta forma, o *World Wide Web Consortium* (W3C), desenvolveu o “*Web Accessibility Guidelines*” (WCAG), onde fornece as normas para a acessibilidade na Internet. A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, demonstra a necessidade de garantir a igualdade de acesso das pessoas com deficiências às plataformas digitais, uma vez que ajuda a combater as barreiras à informação (Halkiopoulos et al., 2020).

Ao se criar um *website* que esteja em conformidade com o novo WCAG 2.0, este proporciona uma variedade de benefícios, não só às pessoas, como também às empresas/organizações/municípios, uma vez que estas diretrizes tornam possível o fornecimento da informação a mais pessoas, independentemente das suas limitações, capacidades e competências, onde podemos incluir as pessoas com deficiência (Eusébio et al., 2020; Halkiopoulos et al., 2020; Lee, 2020). Em fevereiro de 2020, foi apresentada a versão WCAG 2.2 (Eusébio et al., 2020).

Alguns exemplos de boas práticas a serem aplicadas são: para as pessoas com deficiência visual, os *websites* devem ter programas incorporados que possam ler o texto em voz alta e que descrevam as imagens apresentadas e, para as pessoas surdas, o conteúdo apresentado nos *websites* em forma de áudio e vídeo devem ser acompanhados por texto (Halkiopoulos et al., 2020).

No caso das pessoas com mobilidade reduzida que tencionam viajar, as barreiras têm que ser abordadas em toda a cadeia e em todas as fases do processo: antes, durante e após a viagem. Na fase de preparação da viagem, a acessibilidade da

informação sobre o acesso é um dos principais requisitos para a escolha do destino a visitar e da atividade a participar. As redes sociais e os *websites* sobre o destino foram identificados como fontes cruciais para a obtenção de informação. Relativamente ao conteúdo, as pessoas com deficiência procuram informações sobre: local geográfico e terreno, experiências vividas por pessoas com a mesma condicionante, lugar de estacionamento, acesso aos locais que querem visitar, entre outros (Cloquet et al., 2018; Ponciano et al., 2021).

Domínguez Vila et al. (2019) desenvolveram uma investigação sobre a acessibilidade dos *websites* oficiais de turismo de alguns países europeus, com o objetivo de analisar se as regulamentações e políticas relacionadas com a acessibilidade de informação em linha estão corretamente aplicadas, tendo concluído que os países com piores resultados são a Noruega, Alemanha, Reino Unido e Finlândia.

Existem países que ainda não têm os seus conteúdos acessíveis a todos, apesar da acessibilidade digital ser uma forma de proporcionar a totalidade da informação (Baptista et al., 2016). Isto torna-se cada vez mais evidente quando nos *websites* são apresentados conteúdos de multimédia que são essenciais para a passagem da informação, mas não são acessíveis a todos (Branco et al., 2021).

O turismo cultural, ao longo dos tempos, tem recebido bastante atenção por parte dos turistas, tendo este um papel fundamental no turismo. Os municípios, reconhecendo a importância dos *websites* como forma de promoção dos destinos, têm estimulado o desenvolvimento de *websites* relacionados com o turismo cultural. No mundo atual e num mercado bastante competitivo, os destinos turísticos deverão potenciar e valorizar suas atrações/recursos turísticos por forma a competirem com os seus concorrentes (Lee, 2020). Este tipo de *website* deve ser acessível a todas as pessoas, independentemente das condições físicas e psicológicas, fornecendo todo o tipo de informação para que as pessoas se sintam motivadas, principalmente as pessoas com deficiências (Eusébio et al., 2020).

Para além dos *websites* desenvolvidos, ao longo dos tempos, algumas aplicações digitais foram criadas com o objetivo de ajudar as pessoas com deficiência nas viagens e nas atividades turísticas. Este tipo de aplicação requer abordagens diferentes de acordo com cada tipo de deficiência (Ponciano et al., 2021).

Em Espanha foi desenvolvida pela Equalitas uma aplicação chamada “*Turismo Accessible*”, sendo direcionada para pessoas com mobilidade reduzida. Esta aplicação fornece informações sobre alojamento, praias, turismo cultural e rotas culturais, museus, entre outros (Ponciano et al., 2021).

Em Portugal e Espanha foi desenvolvido um projeto designado “Tur4all”, por várias instituições dos dois países, que tem como objetivo principal ser a primeira plataforma de turismo acessível conduzida por especialistas em acessibilidade (Fernández-Díaz et al., 2021).

Síntese relativa ao Turismo Inclusivo e Turismo Acessível

Tabela 2 - Síntese relativa ao Turismo Inclusivo e Turismo Acessível

<p>Turismo Inclusivo e Turismo Acessível</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Turismo Inclusivo</u> <ul style="list-style-type: none"> - O Turismo Inclusivo é um tipo de turismo que procura atenuar e/ou ultrapassar as barreiras existentes no setor turístico, tentando sempre assegurar que a maior parte das pessoas possam participar e tirar proveito deste setor, ou seja, o Turismo Acessível permite acrescentar valor ao conhecimento e ao entendimento do setor (Gillovic & McIntosh, 2020). - Segundo Scheyvens e Biddulph (2018), na definição de turismo inclusivo existem sete elementos diferentes que formam as linhas de investigação. Estes elementos podem informar sobre as limitações e potencialidades do turismo com o objetivo de gerar impactes socioeconómicos com resultados mais sustentáveis e equitativos. - O Turismo Inclusivo está ligado tanto à produção como ao consumo de pessoas com diferentes capacidades, gerando empresários, colaboradores e reguladores (Scheyvens e Biddulph, 2018). • <u>Turismo Acessível</u> <ul style="list-style-type: none"> - O Turismo Acessível é uma vertente do turismo inclusivo, uma vez que o Turismo Inclusivo abrange todas as formas de exclusão (tentando alargar o acesso das pessoas marginalizadas, como forma de consumidor e produtor de turismo) e divisão socioeconómica, já o turismo acessível abrange somente a acessibilidade (Scheyvens e Biddulph, 2018). - O Turismo Acessível tem como missão assegurar que o turismo é produzido e consumido por todas as pessoas, independentemente das suas capacidades (Scheyvens e Biddulph, 2018). - Segundo Darcy et al. (2010) e Özogul e Baran (2016), o Turismo Acessível é um tipo de turismo que permite que pessoas com deficiência, bebés e/ou idosos possam usufruir de forma equitativa, digna e independente dos vários serviços, produtos e ambiente de conceção universal. - Buhalis e Darcy (2010) definem Turismo Acessível como um processo colaborativo entre os diversos intervenientes que permitam que pessoas com necessidade especiais possam usufruir de forma independente, equitativa e digna dos diferentes serviços turísticos criados universalmente. - O Turismo Acessível engloba muitas áreas. Inclui a disponibilização de cadeiras de rodas às pessoas com mobilidade reduzida, a criação de sinais em relevo para assinalar as direções às pessoas como deficiência visual, recursos humanos profissionalizados em linguagem gestual para as pessoas com deficiência auditiva, como também a criação de menus destinados a pessoas diabéticas (Özogul & Baran, 2016). - Segundo Pagán (2012), Turismo Acessível é um tipo de turismo que defende os direitos do Ser Humano com o objetivo de que todos possam usufruir de tempos de lazer e turismo, ultrapassando as barreiras que lhes são apresentadas. - Darcy e Dickson (2009), enfatizam que o Turismo Acessível fornece às pessoas com deficiência (mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas) todos os requisitos para que possam usufruir de forma independente, com equidade e dignidade, dos serviços e produtos universalmente concebidos. - Scheyvens e Biddulph (2018), afirmam que o Turismo Acessível tem a necessidade de assegurar que o setor turístico é desfrutado por todas as pessoas, independentemente das suas limitações.
<p>Legislação</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ao nível internacional:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Código de Ética para o Turismo: tem como objetivo divulgar o turismo sustentável e responsável (Duarte, 2021). - Convenção das Nações Unidas dos Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU – 2006): tem como objetivo principal garantir, promover e proteger os direitos humanos, principalmente das pessoas com deficiências – garantir a dignidade, a liberdade individual, a integridade, a igualdade de género e de oportunidade e a necessidade de haver leis, programas e políticas para a proibição da discriminação (United Nations Enable, 2006). - Relatório sobre as Pessoas com Deficiência: tem como objetivo permitir que a Convenção das Nações Unidas dos Direitos das Pessoas com Deficiência seja mais facilmente implementada e agrupar maior informação sobre a deficiência para melhorar a

	<p>qualidade de vida das pessoas (World Health Organization & Bank, 2011).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Norma ISO 21902:2021 – Turismo e serviços relacionados – Turismo acessível para todos: tem como objetivo estabelecer os requisitos e disponibilizar orientações para um turismo acessível a todos, tendo como principal objetivo garantir o acesso e usufruto do turismo a todas as pessoas, independentemente das suas limitações e capacidades (ISO 21902:2021, 2021). • <u>A nível nacional:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Estratégia Turismo 2027: tem como um dos seus objetivos aumentar a acessibilidade em Portugal e melhorar a mobilidade dentro do país (Duarte, 2021). - Programa All for All: tem como objetivo estimular os fornecedores de serviço da indústria a terem em atenção a acessibilidade, e ajustarem os seus produtos e serviços a toda a sociedade, dando resposta a todas as necessidades e desejos existentes, construindo desta forma um destino mais acessível (Duarte, 2021). - Decreto-Lei n.º 163/2006: tem como objetivo principal criar ações que facilitem a participação no quotidiano às pessoas com mobilidade condicionada, uma vez que estas encontram múltiplas barreiras que as impede de usufruir dos direitos de cidadania (Decreto-Lei 163/2006, 2006). - Lei 46/2006: “proíbe e pune a discriminação, em razão da deficiência e da existência de risco agravado de saúde” (Duarte, 2021). - Decreto-Lei 74/2007: adotou-se uma nova terminologia: “cão de assistência”, passando, desta forma, a abranger uma variedade de categorias de cães de auxílio para pessoas com deficiência: cães-guia (para pessoas com deficiência visual), os cães para surdos e os cães de serviço (principalmente para pessoas com deficiência motora, orgânica ou mental) (Decreto-Lei n.º 74/2007, 2007). - Norma Portuguesa 4523/2018: define como os estabelecimentos hoteleiros devem atuar para fornecer qualidade de serviços, autonomia e dignidade às pessoas (Duarte, 2021). - Despacho Normativo 10/2019: criou o Programa Valorizar. O Programa tem como principal objetivo ajudar no desenvolvimento de projetos turísticos que têm como propósito o reconhecimento turístico dos territórios, especialmente os de menor densidade (Despacho Normativo n.º 10/2019, 2019).
<p>As plataformas digitais e o turismo acessível</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Com o desenvolvimento das plataformas digitais, como aplicações, websites sobre os destinos e redes sociais, permitiram a abertura de um maior leque de oportunidades, uma vez que permite às pessoas com deficiência saber desde logo se o destino/atividade é ou não acessível às suas características (Ponciano et al., 2021). - As Novas Tecnologias, a Internet e o Marketing são cruciais para a participação das pessoas com deficiência na indústria turística, pois é a partir destas valências que se dá o primeiro contacto quando se procura informação acerca do destino e/ou atividades, desde o planeamento ou até durante a viagem (Cloquet et al., 2018). - Web Accessibility” é o termo que designa a facilidade de utilizar as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) pelas pessoas com deficiência (Fernández-Díaz et al., 2021). - Algumas aplicações digitais foram criadas com o objetivo de ajudar as pessoas com deficiência nas viagens e nas atividades turísticas. Este tipo de aplicação requer abordagens diferentes de acordo com cada tipo de deficiência (Ponciano et al., 2021). - Em Portugal e Espanha foi desenvolvido um projeto designado “Tur4all” que tem como objetivo principal ser a primeira plataforma de turismo acessível conduzida por especialistas em acessibilidade (Fernández-Díaz et al., 2021).

Fonte: Elaboração Própria

2.3 A acessibilidade e as tipologias

A acessibilidade pode ser considerada como um meio estratégico para que um destino seja competitivo e sustentável. Deste modo, as condições da acessibilidade devem ser consideradas nos critérios de sustentabilidade de forma a melhorar os princípios de sustentabilidade, pois estes dois conceitos são bastante discutidos no campo do turismo (Lamas & Júnior, 2021).

O património cultural é um fator essencial para a sociedade moderna, uma vez que é considerado como o símbolo do passado e como uma forma de salvaguardar a identidade do local, podendo ser uma importante contribuição para a economia local (Silva & Henriques, 2021). A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, anunciou que a participação na sociedade é um direito humano, havendo a necessidade de impor a acessibilidade nos espaços culturais. Os locais patrimoniais, museus e galerias têm um elevado interesse em implementar estratégias de acessibilidade com o objetivo de possibilitar a participação de todas as pessoas. Ao se impor a acessibilidade no património cultural haverá a diminuição das barreiras e dos obstáculos (Mastrogioiuseppe et al., 2021).

Para além das pessoas com deficiência, a população com mais de 65 anos (sendo este um mercado turístico em ascensão, uma vez que viaja com maior frequência e tem despesas mais elevadas) também necessita da acessibilidade, visto que os fatores de acessibilidade, para além da diminuição da saúde, influencia as escolhas dos destinos turísticos da população sénior (Mary et al., 2020). Uma das principais dificuldades associadas à idade é a redução da mobilidade. A mobilidade reduzida tornou-se uma das principais questões a serem abordadas, uma vez que é necessário que haja leis e locais que proporcionam a inclusão (acesso a transportes públicos, por exemplo), possibilitando as pessoas com deficiência e idosos integrarem-se na vida social (Pinto et al., 2020).

2.3.1 Turismo Sustentável

A sustentabilidade, ao longo dos tempo, tornou-se um fator crítico (Bos & Temme, 2014). O turismo sustentável apareceu nos anos 80, sendo bastante reconhecido em toda a indústria turística. No entanto, só nos anos de 1990 é que o termo “Turismo Sustentável” apareceu na Agenda 21 (Lamas & Nascimento, 2021). Este tipo de turismo tem como objetivo salvaguardar as populações locais e os turistas, tentando sempre proporcionar oportunidades para o futuro (Nigg & Eichelberger, 2021). O ano de 2017 foi reconhecido pela Organização das Nações Unidas (ONU) como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, com o objetivo de mostrar que o turismo e o desenvolvimento sustentável podem contribuir para uma melhor valorização das diferentes culturas e uma maior compreensão entre todo o mundo. Ao se abordar a sustentabilidade expõe-se a necessidade de a implementar nas agendas dos gestores, tendo sempre em atenção as atualizações sociais e a medição dos resultados. (Lamas & Júnior, 2021).

O Turismo Sustentável tem como base os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, introduzidos pela Agenda para o Desenvolvimento Sustentável da ONU 2030 (Hall, 2019; Nigg & Eichelberger, 2021). Estes objetivos focam-se nos impactos sociais, ambientais e económicos, com o objetivo de reduzir a pobreza mundial, como também a qualificação de grupos menos favorecidos (Nigg & Eichelberger, 2021; Purvis et al., 2019). Desta forma, o Turismo Sustentável pretende ganhar uma estabilidade entre os impactos positivos e negativos do desenvolvimento, baseando-se sempre nos três pilares da sustentabilidade (ambiental, social e económica). Este tipo de turismo tenta sempre envolver as pessoas com deficiência (Nigg & Eichelberger, 2021).

Os requisitos de acessibilidade têm que estar integrados nos critérios de sustentabilidade, com o objetivo de melhorar e aumentar o alcance do termo sustentabilidade, uma vez que tem que ter em atenção a responsabilidade social, a inclusão e os direitos humanos (Lamas & Júnior, 2021). De acordo com Ritchie e Crouch (2010), a acessibilidade é um fator que ajuda o destino turístico a ser mais sustentável e com uma vantagem competitiva. “Trabalhar a acessibilidade como variável de um modelo estratégico e como um indicador de desempenho da gestão sustentável é premissa básica para uma participação democrática” (Lamas & Júnior, 2021, p. 370).

Relativamente às pessoas com deficiência, Darcy et al. (2010) declaram que o Turismo Acessível é parte integrante das condições sociais, económicas e ambientais para integrar o Turismo Sustentável. Para se desenvolverem produtos para as pessoas com deficiência é necessária a colaboração de todos os intervenientes da indústria turística e a integração das pessoas com deficiência, tendo sempre por base os valores do destino turístico. Segundo *Tripe Bottom Line* (TBL), o desenvolvimento de produtos sustentáveis para o Turismo Acessível depende dos princípios do Turismo Sustentável (Nigg & Eichelberger, 2021). Para Sica et al. (2021), a acessibilidade é considerada um fator importante para o Turismo Sustentável, uma vez que proporciona oportunidades de emprego para a indústria turística. Segundo Eckert e Pechlaner (2019), a grande variedade de produtos turísticos é importante para que se dê o desenvolvimento sustentável da indústria turística. Os produtos turísticos podem contribuir para ultrapassar as barreiras e os desafios enfrentados no destino, como por exemplo, tratar de questões ambientais, conforme o conceito de Turismo Sustentável (Nigg & Eichelberger, 2021). Segundo Haid e Albrecht (2021, p. 3), “os produtos para o turismo sustentável podem ser desenvolvidos ajustando os canais de distribuição e as cadeias de abastecimento com a introdução de um requisito de sustentabilidade.”

O Design Universal identifica-se mais com características ambientais. Este, quando aplicado ao turismo, contribui para uma grande variedade de resultados socialmente sustentáveis (Darcy et al., 2010b). Segundo Barron e Gauntlett (2002, p. 80) a sustentabilidade social acontece “quando os processos, sistemas, estruturas e relações formais e informais apoiam ativamente a capacidade das gerações atuais e futuras para criar comunidades saudáveis e habitáveis”. As populações socialmente sustentáveis são caracterizadas como uma comunidade justa, democrática e diversificada, que tenta sempre fornecer boa qualidade de vida (Darcy et al., 2010b).

Como referido anteriormente, a indústria turística tem um elevado potencial para a sustentabilidade social, uma vez que, os serviços turísticos conseguem fornecer uma boa qualidade de vida aos turistas (Darcy et al., 2010b).

Relativamente aos governos dos destinos turísticos, a sustentabilidade a longo prazo e a gestão do destino são fatores críticos para o sucesso empresarial, uma vez que são vistos de forma não consensual pela grande parte dos operadores turísticos (Darcy et al., 2010b). Segundo Kotter (1998), a grande parte das empresas turísticas

transformam os seus produtos e serviços com o objetivo de alcançarem os objetivos relacionados com as receitas (gestão de qualidade total, mudança organizacional e reestruturação). Contudo, Elkington (1997) cit in Darcy et al. (2010), enfatizou a necessidade de as empresas turísticas crescerem a longo prazo por via do cumprimento de todas as necessidades (bens e serviços) da população.

O desenvolvimento sustentável de um destino turístico também depende das infraestruturas de transportes, uma vez que para os turistas os efeitos de *“High-Speed Rail”* (HSR) são um aspeto importante para a escolha do destino turístico, visto que os efeitos de HSR diminuem a distância entre os vários destinos turísticos e melhoram a acessibilidade dos destinos. Assim, os destinos turísticos devem criar mais linhas de transportes e disponibilizar uma maior e diversificada oferta, que permita diminuir a distância entre os vários pontos dos destinos (Zhang & Jiang, 2021).

Muitos dos autores que debatem sobre a “sustentabilidade social”, têm por base a definição de desenvolvimento sustentável proporcionado pelo Relatório Brundtland - *Our Common Future*: “desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer as suas próprias necessidades” (Western Cape Education Department (WCEP), 1987 cit in Vallance et al., 2011). O Relatório Brundtland estabeleceu uma grande mudança desde a sua publicação. Existe uma investigação dedicada ao tema geral do desenvolvimento sustentável. Através do desenvolvimento económico, existe a possibilidade de aliar os objetivos da gestão biofísica ambiental com as necessidades das pessoas, as mais e/ou as menos concretas, de acordo com alguns itens como a alteração da qualidade do crescimento, a necessidade de emprego, energia, alimentação e garantia de um nível sustentável da população (Vallance et al., 2011).

Um exemplo de Turismo Sustentável é o Geoturismo, uma vez que se foca nos benefícios das populações locais, na cultura e no ambiente, além da sua importância na investigação em geociência (Cheablam et al., 2021).

2.3.2 Turismo Sénior

A população idosa tem vindo a ter um crescimento rápido. Este envelhecimento está associado a vários fatores como o desenvolvimento do sistema de saúde (o que provoca um aumento da longevidade humana) e mudanças na visão do mundo urbanizado (com redução da natalidade e nascimentos em idade avançada dos pais, pela prioridade à carreira profissional) (Obolentseva et al., 2020). Atualmente, o envelhecimento populacional enquadra-se nas principais e mais importantes questões económicas e sociais (Zielińska-Szczepkowska, 2021). Segundo o Eurostat (2008) cit in Duarte (2021), na União Europeia, a população com mais de 65 anos, aumentará de 17,1% (ou seja, 84,6 milhões de pessoas) em 2008 para 30% (ou seja, 151,5 milhões de pessoas) em 2060. De acordo com Zielińska-Szczepkowska (2021), nos anos 2000, a percentagem de mulheres com mais de 60 anos e homens com mais de 65 anos era de 14%, porém a percentagem para 2030 deverá aumentar para 24%, ou seja 9 milhões de pessoas, das quais 290 mil pessoas na Europa.

O mundo está cada vez mais envelhecido, apesar das diferenças existentes em cada país (Urbaniak, 2016; Zielińska-Szczepkowska, 2021). O envelhecimento da população é um dos maiores desafios do século XXI. A União Europeia começou a adotar políticas relacionadas com a população envelhecida. Em 2005, foi publicado o livro *“Confronting Demographic Change: A New Solidarity between the Generation”* e, em 2008, publicou-se o *“The Demographic Future of Europe-From Challenge to Opportunity”*, focando-se, estes, no facto da população envelhecida ser usada como um fator de competitividade entre as diferentes economias (Zielińska-Szczepkowska, 2021).

O envelhecimento pode ser caracterizado como um processo lento onde acontecem várias alterações (sensoriais, conhecimento e motoras) que provocam modificações na capacidade de adaptação da pessoa ao meio quotidiano (Duarte, 2021). Há vários sinais de envelhecimento, como a perda de mobilidade, das capacidades cognitivas e psicológicas e perda da audição e visão (Duarte, 2021; Huber et al., 2018).

As alterações demográficas provocam modificações na vida quotidiana, incluindo na área do turismo. O comportamento dos turistas altera-se, ou seja, há mudanças nas necessidades, expectativas e motivações. Desta forma, o setor turístico,

sendo este um dos setores que mais cresce, tem que se adaptar às novas tendências (Zielińska-Szczepkowska, 2021). Com o aumento da população idosa, este provocou uma nova oportunidade de negócio para o setor turístico, sendo uma área com bastante potencial de desenvolvimento. Assim sendo, criou-se o Turismo Sénior. O termo “sénior” vem do latim, que significa “ancião”, no entanto não existe uma definição concreta de “sénior”, havendo várias ao longo de toda a literatura (Huber et al., 2018; Patterson, 2006). Para além de ser uma ótima oportunidade de negócio, também pode servir como meio para se chegar ao bem-estar individual e a um estilo de vida saudável para a população idosa (Huber, 2019; Silverstein & Parker, 2002). Estes, são um grupo que, normalmente, tem estabilidade económica e com maior tempo livre para conhecer novos destinos turísticos (Huber, 2019). Segundo Serre (2008), o Turismo Sénior é uma oportunidade para aumentar as receitas das empresas turísticas, em virtude do seu recente crescimento.

O Turismo Sénior tem várias vantagens, tais como a ocupação dos destinos turísticos nas épocas mais baixas, uma vez que estes têm mais tempo para viajar durante o ano; maior procura por estabelecimentos turísticos ligados com o turismo de saúde e ao termalismo, ou seja, desta forma, também é necessária uma maior qualificação da mão-de-obra, pois este segmento turístico necessita de profissionais mais especializados (Duarte, 2021); e, adoção da tecnologia (Nikitina & Vorontsova, 2015). As pessoas com mais de 65 anos “valorizam o contacto com as comunidades e a descoberta do património local, histórico, religioso, artístico, cultural, etnográfico” (Duarte, 2021). Ao longo dos tempos, a população envelhecida tem-se modificado, são pessoas mais habilitadas, têm melhores condições de vida e interessam-se por um estilo de vida mais ativo, tanto ao nível social como ao nível profissional (Zielińska-Szczepkowska, 2021). Este segmento de mercado, com o passar dos tempos, tornou-se um principais segmentos do setor turístico (Huber et al., 2018; Patterson, 2006). O turista com mais de 65 anos tende a ser mais leal e com menor abertura às inovações e às novas marcas, apesar da publicidade (Nikitina & Vorontsova, 2015). De acordo com Batra (2009), os idosos preferem viajar acompanhados. Anteriormente, o turista sénior era um tipo de turista que viajava sobretudo para visitar família/amigos; no entanto, na atualidade, o turista sénior é um turista que realiza viagens porque quer estar em

contacto com a natureza e conhecer locais com história (Zielińska-Szczepkowska, 2021).

Existem estudos que referem, que o turismo sénior é bastante heterogéneo havendo uma grande variedade nas suas práticas e no comportamento turístico, sendo este o resultado dos vários processos de envelhecimento, verificando-se posteriormente essas alterações nos comportamentos e atitudes (Huber, 2019).

“As restrições são os fatores que limitam ou impedem a participação turística, enquanto que os facilitadores são dimensões que promovem o envolvimento em atividades turísticas” (Huber et al., 2018, p. 55). Para se compreender melhor as restrições e os facilitadores, numa perspetiva de gestão, as empresas podem ajudar este segmento de mercado a desenvolver estratégias para a participação nas atividades turísticas. Ao se desenvolverem serviços e produtos turísticos que antecipam as limitações, está-se a facilitar a realização de viagens (Huber et al., 2018).

Segundo Godbey (1987) cit in Huber et al. (2018), pode-se diferenciar os diferentes constrangimentos em: intrapessoais, interpessoais e estruturais. Os constrangimentos intrapessoais têm em atenção as características psicológicas e físicas da pessoa (por exemplo, autoconfiança e saúde); os constrangimentos interpessoais criam oportunidades sociais; os constrangimentos estruturais referem-se à disponibilidade de tempo e recursos financeiros, menos férias pagas, pouca qualidade nos serviços e também ausência de informação (Huber et al., 2018). Segundo Kazeminia et al. (2015), em relação aos constrangimentos estruturais, estes criam restrições que levam a uma negociação no sentido de ultrapassar as barreiras às viagens.

Ao longo da vida da população idosa, existem episódios que influenciam o quotidiano e o comportamento turístico (Huber, 2019). Muitos autores apoiam as conclusões referidas por Nimrod (2008), na medida em que refere fatores como, a situação económica, o bem-estar e saúde e a falta de parceiros nas viagens são os principais motivos que afetam os comportamentos turísticos. O comportamento turístico na população com mais de 65 anos é um processo bastante complexo, sendo fundamental ir para além dos conceitos já existentes que caracterizam as motivações turísticas (Huber, 2019).

De acordo com Otoo e Kim (2020), para se analisar as perspetivas do turismo sénior, as motivações são o primeiro passo. Vários autores desenvolveram estudos

relacionados com este tipo de turismo, mais precisamente sobre as motivações das viagens dos idosos. Esses estudos basearam-se nas duas dimensões da motivação, ou seja, fatores *“Pull”* e *“Push”*. Relativamente aos fatores *“Pull”*, estes incluem os fatores externos que atraem o turista a um determinado lugar ou atividade. Já os fatores *“Push”*, incluem os fatores internos que decorrem dos interesses internos dos turistas: desejos, necessidades, experiências e valores (Zielińska-Szczepkowska, 2021). Desta forma, e através desta teoria, é possível referir que os turistas viajam porque são empurrados (*“pushed”*) pelos fatores internos e puxados (*“pulled”*) pelos fatores externos (Uysal et al., 2008; Zielińska-Szczepkowska, 2021).

Relativamente aos turistas sénior, e de acordo com Widiyastuti e Ermawati (2019), o que influencia as viagens é a vontade que estes têm (fatores internos: necessidades de saúde e estado de saúde, necessidades espirituais, conhecer pessoas, dinheiro, trabalhar, entre outros) e aquilo que lhes é oferecido pelos destinos turísticos (fatores externos).

Segundo o estudo realizado por Zielińska-Szczepkowska (2021), as principais motivações que atraem este tipo de turista são: segurança (sendo este o principal fator), natureza, sítios históricos, transportes de fácil acesso e qualidade dos serviços.

Na perspetiva da *World Health Organization* (2011) cit in Pinto et al. (2020), as pessoas com mais de 65 anos que têm uma deficiência é de 43,4% nos países em desenvolvimento e de 29,5% nos países desenvolvidos. Em Portugal, cerca de 56% da população idosa tem pelo menos uma deficiência, sendo a principal a perda de mobilidade (Pinto et al., 2020). Desta forma, “a acessibilidade é necessária não só para os deficientes, mas também para os idosos, aqueles com problemas físicos a curto ou longo prazo, (...)” (Leidner, 2006; Mary et al., 2020, p. 302).

Os turistas idosos com problema de mobilidade possuem uma opinião mais crítica em relação a todos os atributos, uma vez que sentem maior dificuldade a realizar viagens que os outros, como por exemplo a falta de rampas e outros meios que ajudem a movimentar-se nos estabelecimentos turísticos e património local. Desta forma, é necessário que as pessoas com mais de 65 anos, com deficiência, sejam envolvidas nos processos de conceção do ambiente a ser construído (Huber, 2019).

2.3.3 Património Cultural

Atualmente, o património cultural assume um papel fulcral na sociedade (Bitušíková, 2021). No decorrer do tempo, o conceito de património cultural foi adquirindo uma diversidade de significados, sendo considerado como um ícone do passado dos destinos turísticos e como forma de preservar a identidade destes num mundo em transformação (Bitušíková, 2021; Silva & Henriques, 2021). O património cultural representa duas vertentes: a identidade, tradições e práticas e a sua evolução ao longo da história; e uma vertente mais moderna, uma vez que anima a economia com a atividade turística (Silva & Henriques, 2021). Segundo a UNESCO World Heritage (2019, p. 145), “o património é o nosso legado do passado, aquilo com que vivemos hoje, e aquilo que transmitimos às gerações futuras”.

A atualidade é a época do renascimento do património ou da revolução do património, uma vez que este está em qualquer parte do mundo, sendo necessário a criação de estratégias (a nível local, regional e/ou nacional) para o seu desenvolvimento e para o desenvolvimento do turismo (Bitušíková, 2021).

Como referido anteriormente, o património ao longo dos tempos adquiriu várias definições, no entanto, no entendimento tradicional “ocidental”, este era visto como algo físico/material que podia ser analisado, gerido, preservado e/ou conservado, sendo a sua preservação assegurada a partir de legislação, acordos e convenções. Já na literatura crítica do património, este já não é considerado como algo físico, mas como uma construção social e cultural, como uma interação com o passado (Bitušíková, 2021).

Segundo Bitušíková (2021), o património é a parte do passado que utilizamos com objetivos económicos, políticos, sociais e/ou culturais. Bessière (1998) refere que o património deve ser visto como uma característica distintiva de um local, sendo este uma forma de entender melhor a história do mundo.

Muitos autores declaram que o património é um conceito com vários valores. Salazar (2012) diz que o património está ligado aos valores socioculturais, uma vez que este tem interesse em grupos sociais devido à sua beleza, arte, idade ou por estar associado a alguém ou a um evento, sendo estes valores alcançados através de processos de divulgação, aprendizagem e desenvolvimento da consciência. No entanto,

para além de ter valores socioculturais, tem valores económicos bastante significativos, principalmente no mercado turístico (Bitušíková, 2021).

O património conduz a um sentimento de solidariedade e orgulho comum nas comunidades, no entanto pode desempenhar também um papel negativo se existirem pessoas que não partilhem da mesma opinião. Desta forma, será prioritário o estabelecimento de um olhar crítico para o património e os seus valores (Bitušíková, 2021).

As culturas são fundamentais para as comunidades. O património cultural encontra-se repartido em três componentes: culturais, naturais e mistos (Cui et al., 2021). Segundo Hemalatha et al. (2021), fazem parte do património cultural obras de arte ou pinturas, estruturas e edifícios históricos ou urbanos e locais com uma elevada importância histórica.

A Lista do Património Mundial da UNESCO, serve como um esquema de acreditação dos locais patrimoniais, auxilia na construção da nação e nos objetivos da indústria turística (principalmente como fonte de receita) (Bitušíková, 2021).

O património cultural é um dos principais e mais importantes tipos de atração turística, uma vez que as atrações se centram no sistema turístico, sendo consideradas como um recurso para o desenvolvimento do local e para motivar os turistas a visitar. As atrações do património cultural são um conjunto de vários elementos culturais, não sendo necessário estarem ligados uns aos outros (Yu & Xu, 2019).

Como referido anteriormente, o turismo cultural tem vindo a aumentar significativamente, e, em 2015, previa-se que 40% do turismo realizado no continente europeu fosse de turismo cultural, uma vez que tem alguns dos mais notáveis exemplos de património cultural, a nível mundial. Este tipo de turismo é uma grande oportunidade para a economia dos destinos turísticos, bem como um meio para a preservação do património cultural, se for bem gerido (Silva & Henriques, 2021).

Devido ao aumento da promoção e do interesse pelo património cultural na indústria turística, as atividades têm que ser geridas de uma forma sustentável para impedir a sua destruição (Bitušíková, 2021).

Apesar de ser uma grande oportunidade para o desenvolvimento do destino turístico, a gestão do turismo cultural deverá ser do interesse de todos, uma vez que o turismo excessivo pode pôr em causa o significado do património e a integridade física,

tal como foi comprovado, em 1999 pelo Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), na Carta Internacional do Turismo Cultural. A partir daí começou-se a publicar documentos a defender a sustentabilidade com o objetivo de preservar o património cultural dos destinos turísticos e debatendo a inter-relação entre o património cultural e o turismo (Silva & Henriques, 2021). Para além disso, nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU) existe um objetivo que aborda o património cultural para “reforçar os esforços de proteção e salvaguarda do património cultural e natural do mundo” (Silva & Henriques, 2021).

As estratégias locais, regionais e nacionais de desenvolvimento e turismo (apoiadas pelas agendas políticas e económicas), com o passar dos tempos, têm sido cada vez mais produzidas na agenda do património: “como utilizar e vender o património a turistas nacionais e internacionais, como reforçar a imagem positiva do país e como aumentar as receitas” (Bitušíková, 2021, p. 84). O património está dividido em dois grupos: tangível e intangível. No turismo cultural, o património inclui elementos tangíveis e intangíveis (Yu & Xu, 2019).

Com o aumento da população envelhecida e com o grande número de pessoas com algum tipo de deficiência, a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006 cit in Mastrogiuseppe et al., 2021), afirmou que é importante para qualquer ser humano a participação na vida social, havendo a necessidade de refletir sobre a acessibilidade nos vários espaços culturais, pondo como ponto-chave o princípio da acessibilidade cultural. O artigo 30 refere-se à “Participação na vida cultural, recreação, lazer e desporto”, e este artigo cita que os Estados signatários reconhecem o direito das pessoas com deficiência a participarem em toda a atividade cultural e que possam ter acesso a teatros, monumentos, museus, entre outros, tal como qualquer pessoa sem deficiência (Mastrogiuseppe et al., 2021). A Convenção da ONU toma em atenção as características individuais que cada pessoa com deficiência tem ao relacionar-se com as barreiras ambientais que podem encontrar e que as podem limitar na participação na vida cultural. O património cultural, as galerias de arte e os museus, apresentam um elevado interesse na utilização das estratégias de acessibilidade com o objetivo de melhorar a participação de todos. Anteriormente, os estudos eram desenvolvidos em torno dos fatores que deveriam ser considerados no

desenvolvimento e construção de ambientes acessíveis para as pessoas com deficiência, principalmente para deficiências motoras e sensoriais, no entanto, com o passar dos anos, as investigações centraram-se no reconhecimento da acessibilidade e de a expandir pelas várias dimensões (Mastrogiuseppe et al., 2021).

Proporcionar ambientes acessíveis às pessoas com deficiência provoca uma diminuição das barreiras e dos obstáculos que podem existir (Mastrogiuseppe et al., 2021). Vários autores (Austin et al., 2018; Hayhoe, 2018; Mastrogiuseppe et al., 2021; Sandell et al., 2010) afirmam que o aumento das interações entre as várias instituições e académicos com interesse nas questões de deficiência estão a criar novas reflexões sobre como se deve proporcionar a acessibilidade.

Deverão ser criados ambientes acessíveis com o apoio das pessoas com deficiência, uma vez que melhoram o relacionamento entre os processos/experiências individuais com as características do local, havendo sempre uma visão clara sobre como desenvolver os recursos que ajudam a incluir (Mastrogiuseppe et al., 2021).

As oportunidades criam-se através do relacionamento entre os processos individuais e o local (ambiente) que é utilizado pela pessoa (Mastrogiuseppe et al., 2021). Segundo Bortolotti e Mastrogiuseppe (2019), é fundamental incluir as pessoas com deficiência para se compreender melhor as necessidades e as várias respostas existentes.

No entanto, as pessoas com deficiência e a população envelhecida, para terem um melhor acesso ao património cultural, necessitam de percursos acessíveis, contribuindo, assim, para uma melhor inclusão social. O desenvolvimento de um ambiente acessível deve ser a base da qualidade urbana, uma vez que facilitará o percurso não só às pessoas com necessidades como também para toda a população (residentes e turistas) (Rosa et al., 2020).

2.3.3.1 Turismo Cultural e Patrimonial

O turismo cultural é caracterizado como um dos principais recursos para combater a sazonalidade nos destinos turísticos, dado ser um tipo de turismo não sazonal, pois a cultura não está limitada e pode ser observada e disponível em qualquer momento do ano. Um dos principais desafios no mundo atual é garantir um fluxo sustentável e estável de turistas durante todo o ano, logo uma das respostas a isso é o turismo cultural, tendo este adquirido um papel fulcral nos últimos anos (Vergori & Arima, 2020). Este tipo de turismo pode ser usado pela população residente como uma forma de valorizar e preservar o património local (Bitušíková, 2021).

Os investigadores, acerca do património e turismo, usam por vezes os conceitos “turismo cultural” e “turismo patrimonial” como termos separados, no entanto também os utilizam como conceitos interligados (Bitušíková, 2021). De acordo com Timothy (2011), “turismo cultural” é mais utilizado nas culturas modernas, música e artes contemporâneas, maioritariamente nas áreas urbanas, enquanto “turismo patrimonial” é mais utilizado em áreas rurais ligado às relíquias e costumes mais antigos. No entanto, estes dois conceitos são mais semelhantes do que opostos. Os turistas culturais e patrimoniais têm uma experiência mais baseada no prazer de viver e na busca da cultura (Bitušíková, 2021).

O turismo cultural é um tipo de turismo mais antigo (Bitušíková, 2021). Segundo Bar-On (1999) cit in Vergori & Arima (2020), na síntese “*The seasons and tourism*”, revelou que o turismo cultural acontece principalmente durante os meses de setembro e outubro. Foi realizado um estudo em Itália, em que se verificou que os turistas viajam mais entre o outono e a primavera, contrariando a sazonalidade entre a época alta e a época baixa (Vergori & Arima, 2020).

Nos dias de hoje, o turismo cultural tem assumido bastante relevância na indústria turística. Cada destino tem a sua própria cultura, as suas próprias atrações culturais, fazendo do turismo cultural uma preferência, uma vez que as atrações evidenciam os traços culturais com o objetivo de atrair turistas aos destinos (Lee, 2020). Segundo Raj et al. (2013), com o aumento da procura por experiências culturais, os governos locais sentem o dever de apoiar as infraestruturas culturais para os turistas e promover as atrações culturais no mercado competitivo.

O turismo patrimonial tem-se convertido num dos temas mais estudados nos estudos de turismo e património, uma vez que existem pelo menos três razões para tal (Bitušíková, 2021).

Em primeiro lugar, este tipo de turismo auxilia os objetivos políticos, sendo este o mais político em comparação com os outros tipos de turismo. Em segundo lugar, o turismo patrimonial é um tipo de turismo considerado como uma fonte de receitas económicas para os destinos turísticos, visto que os países têm tentado atrair turistas tendo por base a interpretação e venda do património cultural local. No entanto, apesar de ser considerada uma fonte significativa de receitas económicas, também tem consequências e impactos negativos no desenvolvimento cultural e social e no desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos. Desta forma, o conceito “*overtourism*” tem sido, cada vez mais, utilizado para retratar os impactos negativos que o turismo de massas provoca em muitos destinos turísticos. Alguns dos impactos negativos são: diminuição do estilo de vida e bem-estar da população local e aumento dos custos (água, luz, resíduos, entre outros). Por fim, em terceiro lugar, este tipo de turismo é considerado como uma forma de mudança sociocultural, dado que pode incentivar o desenvolvimento regional e local, desenvolver oportunidades de emprego, ajudar no empoderamento da população local e é considerado como um motivo para o desenvolvimento de capacidades para a comunidade (Bitušíková, 2021).

O turismo e a cultura são setores diferentes, mas relacionam-se intimamente. As atividades turísticas são desenvolvidas com o objetivo de atrair os turistas a fim de melhorar o desenvolvimento cultural dos destinos turísticos (Lee, 2020). De acordo com Leslie e Sigala (2005), os turistas contemporâneos conseguem obter o conforto espiritual que tanto procuram e desejam se se dedicarem ao turismo cultural. A cultura pode ser considerada como um ícone local e uma razão para se viajar para um determinado local, ou seja, as experiências culturais são um fator de motivação na escolha dos destinos (Lee, 2020). Os turistas de vários pontos do mundo podem relacionar-se entre si através da participação em experiências culturais, dando-lhes uma melhor compreensão das culturas exóticas (Lee, 2020).

De acordo com Flamarich e Duro (2014), os turistas culturais têm duas principais características: a despesa média no destino turístico é três vezes superior à média global e são um tipo de turista com um elevado poder de compra, ou seja, os

destinos começam a preferir mais este tipo de turista, uma vez que respeitam o ambiente e a população local (a sua cultura e os seus costumes). O turista cultural é um turista que envelhece, com um elevado estatuto socioeconómico e educacional mais elevado que os turistas não culturais e viaja nas épocas baixas do ano (Vergori & Arima, 2020). Como dito anteriormente, este tipo de turista tem um orçamento diário mais elevado do que os outros tipos de turista e pretende gastá-lo “em bens de qualidade local em vez de produtos produzidos em massa” (Vergori & Arima, 2020, p. 1).

Os turistas culturais procuram experiências e lugares reais, com história. No entanto, com a comercialização do património cultural, a autenticidade está a tornar-se, cada vez mais, como um instrumento de marketing e a converter-se para a “autenticidade encenada” (MacCannell, 1973 cit in Bitušíková, 2021), ou seja, os destinos turísticos e os locais turísticos estão a transformar-se em locais encenados com o objetivo de serem utilizados para o consumo turístico (Bitušíková, 2021).

De acordo com uma análise realizada pelo *European Travel Commission* (ETC) e pelo *World Trade Organization* (WTO) (2005) cit in Vergori & Arima (2020), esta confirma que o turista cultural (idoso ou não) que viaja pelos destinos europeus é um turista bastante instruído com um rendimento económico elevado. Verifica-se, pois, que em qualquer faixa etária existem motivações para usufruir do turismo cultural, verificando-se um pico na faixa etária entre os 20 e 30 anos (Vergori & Arima, 2020).

Se forem associados os tipos de consumidores e os tipos de atração, é possível concluir que as formas culturais mais dinâmicas alcançam o tipo de turista mais jovem, enquanto formas mais estáticas são alcançadas por aqueles que têm maior nível de qualificação profissional e idosos (Liu et al., 2022).

Segundo McIntosh (2004), as políticas do turismo cultural pretendem apoiar no desenvolvimento das várias vertentes culturais permitindo uma inter-relação entre pessoas, locais e identidade cultural. No entanto, os governadores podem não ter conhecimento das características intangíveis da cultura, como por exemplo os significados concedidos às experiências e atividades culturais do destino turístico. É necessário analisar a relação da cultura com o destino para que haja um bom desenvolvimento de turismo cultural, uma vez que a forma e o âmbito do desenvolvimento se apoiam com a disponibilidade dos recursos culturais da localidade (Lee, 2020).

O desenvolvimento de atributos culturais em atrações turísticas é considerado um ato estimulado pelo turismo cultural (Lee, 2020). De acordo com Butler (2006), a comercialização dos setores turísticos provoca uma diminuição do valor dos símbolos culturais ou alivia a forma distintiva da identidade cultural, originando uma redução do pedido do destino aos turistas. O turismo cultural sugeriu a criação de um conceito operacional de cultura de forma a caracterizar um destino turístico (Lee, 2020).

Como dito anteriormente, as atrações culturais transmitem os atributos locais e a particularidade dos destinos atraindo os turistas. No entanto, nem todas as atrações têm atributo cultural que as caracterizem como atrações culturais (Lee, 2020). Segundo Ivanovic (2008), durante a promoção do turismo cultural deverá considerar-se os atributos culturais, uma vez que estes são um critério-chave e que várias das atrações culturais são desenvolvidas a partir dos seus atributos culturais que estão relacionados com grupos sociais específicos. “No entanto, as atividades destinadas a promover atrações devem manter a ligação entre os atributos culturais de uma localidade e a sua identidade cultural” (Lee, 2020, p. 40). No mercado turístico competitivo, relativamente ao turismo cultural, os destinos turísticos necessitam das suas atrações para competirem com os outros destinos turísticos “e os atributos culturais de uma atração turística podem ser utilizados para determinar a sua competitividade” (Lee, 2020, p. 40).

O turismo comunitário é um tipo de turismo que se pode relacionar intimamente como o turismo cultural, dado que integra a comunidade e pretende causar benefícios para as populações locais, sendo possível visitar as comunidades e conhecer a sua cultura e costumes. Este tipo de turismo está mais ligado a países em desenvolvimento, no entanto, começa a ser utilizado nos destinos onde os residentes participam e proporcionam atividades para os turistas (Bitušíková, 2021).

Como dito anteriormente, com o desenvolvimento tecnológico, muitos dos governos locais começaram a criar *websites*, promovendo o turismo cultural do destino, com o objetivo de atrair o máximo de turistas. No entanto, para que estes sejam acessíveis a todos e que forneçam toda a informação e serviços aos turistas, os governos locais têm que ter os conhecimentos necessários. Cada vez mais, os turistas que procuram experiências culturais, tendem a utilizar os *websites* como forma de obter informações (Lee, 2020). Segundo Correia et al. (2013), as motivações dos turistas

culturais são específicas: o desejo de visitar atrações culturais, saída da rotina diária e aprender e experienciar culturas exóticas.

Síntese relativa à acessibilidade e as tipologias

Tabela 3 - Síntese relativa à acessibilidade e as tipologias

<p>Turismo Sustentável</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Este tipo de turismo tem como objetivo salvaguardar as populações locais e os turistas, tentando sempre proporcionar oportunidades para o futuro (Nigg & Eichelberger, 2021). - O Turismo Sustentável tem como base os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, introduzidos pela Agenda para o Desenvolvimento Sustentável da ONU 2030. Estes objetivos focam-se nos impactos sociais, ambientais e económicos, com o objetivo de reduzir a pobreza mundial, como também a qualificação de grupos menos favorecidos (Hall, 2019; Nigg & Eichelberger, 2021; Purvis et al., 2019). - O Turismo Sustentável pretende ganhar uma estabilidade entre os impactos positivos e negativos do desenvolvimento, baseando-se sempre nos três pilares da sustentabilidade (ambiental, social e económica). Este tipo de turismo tenta sempre envolver as pessoas com deficiência (Nigg & Eichelberger, 2021). - A acessibilidade é considerada um fator importante para o Turismo Sustentável, uma vez que proporciona oportunidades de emprego para a indústria turística (Sica et al., 2021).
<p>Turismo Sénior</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O envelhecimento da população é um dos maiores desafios do século XXI (Zielińska-Szczepkowska, 2021). - Segundo Serre (2008), o Turismo Sénior é uma oportunidade para aumentar as receitas das empresas turísticas, em virtude do seu recente crescimento. - O Turismo Sénior tem várias vantagens, tais como: a ocupação dos destinos turísticos nas épocas mais baixas; maior procura por estabelecimentos turísticos ligados com o turismo de saúde e ao termalismo (Duarte, 2021); e, adoção da tecnologia (Nikitina & Vorontsova, 2015). - As pessoas com mais de 65 anos “valorizam o contacto com as comunidades e a descoberta do património local, histórico, religioso, artístico, cultural, etnográfico” (Duarte, 2021). - O turista com mais de 65 anos tende a ser mais leal e com menor abertura às inovações e às novas marcas, apesar da publicidade (Nikitina & Vorontsova, 2015). - O turista sénior é um turista que realiza viagens porque quer estar em contacto com a natureza e conhecer locais com história (Zielińska-Szczepkowska, 2021).
<p>Património Cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Segundo a UNESCO World Heritage (2019, p. 145), “o património é o nosso legado do passado, aquilo com que vivemos hoje, e aquilo que transmitimos às gerações futuras”. - Segundo Bitušíková (2021), o património é a parte do passado que utilizamos com objetivos económicos, políticos, sociais e/ou culturais. - Bessière (1998) refere que o património deve ser visto como uma característica distintiva de um local, sendo este uma forma de entender melhor a história do mundo. - O património cultural encontra-se repartido em três componentes: culturais, naturais e mistos (Cui et al., 2021). - Segundo Hemalatha et al. (2021), fazem parte do património cultural obras de arte ou pinturas, estruturas e edifícios históricos ou urbanos e locais com uma elevada importância histórica. - A Lista do Património Mundial da UNESCO, serve como um esquema de acreditação dos locais patrimoniais, auxilia na construção da nação e nos objetivos da indústria turística (principalmente como fonte de receita) (Bitušíková, 2021)

	- O património está dividido em dois grupos: tangível e intangível (Yu & Xu, 2019).
Turismo Cultural e Patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> - O turismo cultural é caracterizado como um dos principais recursos para combater a sazonalidade nos destinos turísticos (Vergori & Arima, 2020). - Por vezes os conceitos “turismo cultural” e “turismo patrimonial” como termos separados, no entanto também os utilizam como conceitos interligados (Bitušíková, 2021). - De acordo com Timothy (2011), “turismo cultural” é mais utilizado nas culturas modernas, música e artes contemporâneas, maioritariamente nas áreas urbanas, enquanto “turismo patrimonial” é mais utilizado em áreas rurais ligado às relíquias e costumes mais antigos. - Os turistas culturais e patrimoniais têm uma experiência mais baseada no prazer de viver e na busca da cultura (Bitušíková, 2021).

Fonte: Elaboração Própria

Capítulo 3 - Casos de Estudo

3.1 Braga

A cidade de Braga, sendo a maior cidade da região do Minho, é considerada a cidade mais antiga de Portugal e uma das mais antigas cidades cristãs do mundo. Localiza-se na região Norte de Portugal (Almeida & Pinto, 2017). Também foi considerada como uma das cidades mais jovens e empreendedoras de Portugal. Foi nomeada em 2012 como a Capital Europeia da Juventude e em 2016 como a Capital Ibero-Americana da Juventude (Bessa, sem data).

Fundada por Octávio César Augusto, o primeiro imperador romano, no século I a.C. – ano 16 a.C., tendo sido chamada de “Bracara Augusta”. Esta cidade foi considerada como uma das principais vias romanas da Península Ibérica, sendo sede administrativa do Império Romano – com funções administrativas, financeiras, judiciais, militares e religiosas, tendo também o seu próprio governo. Braga foi a capital da Galécia (Câmara Municipal de Braga, sem data-a; Couto, 2019; Visit Portugal, 2013b).

Braga, foi apelidada de “Roma Portuguesa” ou “Cidade dos Arcebispos”, tendo sido considerada a sede de bispado, sendo a sua população bastante religiosa (Almeida & Pinto, 2017; Couto, 2019). A mais antiga Sé Catedral do país situa-se nesta cidade e foi mandada edificar, no século XII, por D. Henrique e D. Teresa, pais de D. Afonso Henriques, tendo lá os seus túmulos. D. Afonso IV, rei de Leão, doou este território à sua filha D. Teresa, quando esta se casou com o Conde D. Henrique de Borgonha (Câmara Municipal de Braga, sem data-a; Visit Portugal, 2013b).

Um dos principais Caminhos de Santiago de Compostela passava também pela cidade (Visit Portugal, 2013b).

O Centro Histórico de Braga tem inúmeros monumentos religiosos com grande valor patrimonial (Visit Portugal, 2013b). Ao longo dos tempos, a relação entre a Igreja e a cidade estabeleceu a independência administrativa da cidade de Braga (Malafaia, 1997).

Braga apresenta no seu plano de atividades anual, a grande Semana Santa (na Páscoa), sendo uma das principais atrações turísticas da cidade (Almeida & Pinto, 2017), e também o São João de Braga (Visit Portugal, 2013b).

Relativamente à Semana Santa, esta é considerada como uma espécie de representação (as ruas da cidade enchem-se de figurantes), onde toda a população local e visitantes se envolvem, independentemente dos seus princípios e diversidades. Este evento contribuiu para um equilíbrio entre a comunidade local e os visitantes, uma vez que a comunidade ao se envolver no evento, dá explicações sobre os atos litúrgicos, que nela representam, aos visitantes. O evento contribuiu para o aumento da visibilidade da cidade (Almeida & Pinto, 2017).

No que diz respeito ao São João de Braga, estas grandes festas apareceram no século XVI, com a construção, em 1150, de uma igreja dedicada ao São João, onde desde sempre houve o envolvimento da população local e visitantes, tornando-se, assim, uma das maiores festas da cidade de Braga (São João de Braga, sem data).

Sendo esta a cidade mais antiga de Portugal, Braga tem no seu território um património considerável, devendo-se este às ocupações sofridas ao longo dos tempos (Couto, 2019). Ribeiro (2008) enfatiza que Braga é um lugar privilegiado uma vez que reúne em si mesmo várias memórias e experiências dos acontecimentos passados.

A arquitetura da cidade de Braga é marcada pelo barroco, presente nas igrejas e palácios existentes (Couto, 2019).

Em Braga realiza-se um evento anual, “Braga Romana – Reviver Bracara Augusta”, que tem como objetivo recriar a vida da cidade na época de César Augusto, ao reviver as suas tradições e os costumes. Este evento surgiu devido à iniciativa de recuperação da história e do património de Bracara Augusta, dando a possibilidade de promover o património romano da cidade, reforçando assim a visibilidade e atraindo mais turistas (Rola et al., 2018).

O tipo de turista que visita Braga depende da faixa etária e acompanhantes. Turistas que vêm em família e turistas sénior preferem visitar locais com história e saborear a gastronomia local. Já, os turistas mais jovens, preferem locais onde haja diversão, entretenimento e convívio (European Best Destinations, 2021b).

A cidade de Braga, com o objetivo de atrair mais turistas, desenvolveu três programas “Braga *Replay*”, “Braga *Play*” e “Braga *Replay+ Play*” (Bessa, sem data).

Relativamente ao “Braga *Replay*”, este está dividido em cinco programas estratégicos: Miradouro *Replay*, Passaporte do Tempo, Identificação Temporal, Cultural Ancestral e Guardiões *Replay*. Em relação ao “Miradouro *Replay*”, criou-se um

miradouro onde é possível “viajar no tempo”, ou seja, pode-se ver como Braga era no passado e como evoluiu ao longo dos tempos e quais os impactos das diferentes civilizações que habitaram a cidade. A “Identificação Temporal” consiste no reconhecimento de monumentos, ruas, produtos e serviços locais que correspondem a um certo período da história da cidade de Braga, que pode contribuir para uma experiência única. No que diz respeito aos “Guardiões *Replay*”, este consiste no conhecimento de negócios locais que representam épocas passadas, através de um sistema de avaliação e certificação. Ao espaço é atribuído uma identificação para que os visitantes saibam que aquele local tem todos os equipamentos para oferecer a melhor experiência (Bessa, sem data).

No que concerne ao “Braga *Play*”, a cidade de Braga, para além da sua história, é também um meio para o futuro: inovação e juventude. Este está dividido em cinco projetos: Cultural *Foward*, Inovação Aberta, Capacitação Empresarial, Fórum do Futuro e Braga *Future Week*. De acordo com o projeto “Capacitação Empresarial”, consiste na ajuda a empresários na preparação do negócio para o futuro, dando-lhes toda a informação e ferramentas necessárias para o sucesso. O “Fórum do Futuro” consiste na realização de conferências sobre o futuro nas áreas de turismo, tecnologia e inovação, tendo sido Braga considerada como o centro de debate do futuro da indústria turística. Por fim, o “Braga *Future Week*” consiste num evento anual que se realiza durante uma semana que permite às pessoas trazerem para as ruas da cidade as suas inovações e visões sobre o futuro (Bessa, sem data).

Por fim, o programa “Braga *Replay + Play*” consiste na junção do passado com o futuro. Tal como acontece com os dois programas anteriores, o “Braga *Replay + Play*” está dividido em cinco projetos estratégicos: *App* Braga Intemporal, Plataforma de Experiências, Agentes *Play & Replay*, Rotas do Tempo e Marketing do Tempo. A “*App* Braga Intemporal” consiste numa aplicação que engloba todos os eventos realizados desde 136 aC até à atualidade. No entanto, para além da agenda também se podem descobrir “viajantes no tempo” (elementos que ajudam na descoberta da cidade) nos grupos disponíveis para melhorar a experiência. Os “Agentes *Play & Replay*” são pessoas certificadas que, ao longo de todo o território, darão todo o tipo de informação sobre a cidade de Braga, desde a história da cidade a futuros eventos. Por fim, o “Marketing do Tempo”, consiste num meio para atrair cada vez mais turistas (nacionais

e internacionais) que gostam de conhecer a história e identidade do local (Bessa, sem data).

Relativamente ao património existente na cidade, a Câmara Municipal de Braga, desenvolveu algumas ações estratégicas que ajudam na sua atratividade: criação de um museu de arte contemporânea, com o objetivo de promover a arte e a cultura do destino; promover atividades de rua, como por exemplo teatro de rua, exposições de arte e património; criação de um centro de informação no centro histórico, com o objetivo de tornar a cultura mais acessível e visível; e, criação de uma base de registo de todos os agentes culturais, visando a promoção da oferta cultural existente na cidade (Câmara Municipal de Braga, sem data-b).

Em 2021, Braga foi considerada pelo *European Best Destination* como um dos melhores destinos a visitar (European Best Destinations, 2021a).

3.2 Guimarães

A cidade de Guimarães está associada à formação de Portugal, sendo esta considerada a “Cidade Berço”, uma vez que, por volta de 1109, aí terá nascido o primeiro rei de Portugal: D. Afonso Henriques (Alves, 2011; Visit Portugal, 2013a; Wielewicki, 2011). Guimarães é uma cidade de média dimensão, localizada no Norte de Portugal (Remoaldo et al., 2017). É um destino turístico com uma vasta riqueza cultural e patrimonial, com infraestruturas tradicionais entre os séculos XV a XIX (Remoaldo et al., 2017; Vasconcelos et al., 2018; Wielewicki, 2011).

O Centro Histórico de Guimarães desenvolveu-se em dois pontos: o Mosteiro e o Castelo (fundado no século X e com um estilo tipicamente medieval). A preservação e a proteção dos edifícios tradicionais, protegendo a autenticidade e integridade dos mesmos, contribuíram para que esta cidade fosse caracterizada como uma das principais referências em relação à conservação do património cultural, tendo sido classificada, a 13 de dezembro de 2001, como Património Cultural da Humanidade pela *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), na 25.^a Sessão do Comité do Património Mundial (Vasconcelos et al., 2018; Visit Portugal, 2013a). Esta atribuição resultou de um processo de requalificação urbano que se iniciou nas últimas décadas do século XX, uma vez que, no mundo atual, os destinos turísticos são cada vez mais competitivos entre si, havendo a necessidade de estar em constante inovação e adquirir novas vantagens em relação aos seus concorrentes (Vasconcelos et al., 2018).

Segundo Pereira et al. (2001) cit in Vasconcelos et al. (2018), um bem classificado como Património Mundial, para além de trazer várias vantagens, como a promoção e preservação do bem e o aumento do turismo, verifica-se o aumento da responsabilidade e capacidade de gestão. De facto, esta distinção originou impactos nas práticas turísticas da cidade de Guimarães, provocando um aumento da notoriedade ao nível nacional e internacional. Desta forma, esta distinção foi um fator-chave para a cidade, uma vez que, devido ao seu património cultural, fomentou a sua afirmação como destino turístico (Vasconcelos et al., 2018).

No entanto, o reconhecimento ao nível internacional é inferior ao reconhecimento nacional. Os principais mercados internacionais são: Espanha, Brasil e França; dada a proximidade cultural e geográfica (Roquette, 2019).

Atualmente, a cidade conserva vários elementos com valor patrimonial: “varandas de ferro, balcões e alpendres de granito, casas senhoriais, arcos que ligam ruas estreitas, lajes do chão alisadas pelo tempo, torres e claustros” (Visit Portugal, 2013a).

Em 2012, Guimarães foi classificada como a Capital Europeia da Cultura (CEC), sendo esta a primeira cidade de média dimensão que obteve este reconhecimento (Remoaldo et al., 2017). Esta distinção é um evento bastante disputado pelas várias cidades a concorrer, sendo Guimarães a escolhida devido ao crescimento e aumento da notoriedade e competitividade nos destinos turísticos (Vasconcelos et al., 2018). Segundo Remoaldo et al. (2011), teoricamente, esta distinção pode induzir significativas alterações nas cidades.

Ser a Capital Europeia da Cultura conduz à dinamização das comunidades locais, provocando impactos económicos, socioculturais, políticos e ambientais. Fortalece também a imagem de marca da cidade ao nível nacional e internacional (Remoaldo et al., 2014).

Ao receber estas duas distinções (Património Cultural da Humanidade pela UNESCO e Capital Europeia da Cultura), Guimarães promoveu a sua notoriedade externa e tem conseguido moldar a imagem da cidade (Remoaldo et al., 2017). Ao longo do século XXI, a cidade começou a fazer uma aposta diversificada: forte agenda cultural, com um incentivo à produção artística e ao consumo cultural; desenvolveu novos equipamentos e infraestruturas culturais; agilizou a requalificação urbana; apostou numa nova imagem de marca; e, aumentou a sua oferta de alojamento o que provocou um aumento de turistas. Todas estas alterações dão a oportunidade aos turistas e à população local de obterem experiências únicas e autênticas (Alves, 2011; Vasconcelos et al., 2018).

A população residente teve uma perceção bastante positiva em relação à obtenção destes dois notáveis reconhecimentos internacionais, uma vez que estes induziram o aumento e desenvolvimento de emprego na região e a preservação e

conservação de edifícios históricos, de eventos culturais e tradicionais da cidade de Guimarães (Remoaldo et al., 2014).

O público-alvo da cidade de Guimarães são principalmente cidadãos nacionais e cidadãos luso-descendentes, na faixa etária mais jovem. Os turistas que visitam a cidade pela primeira vez gostam bastante da urbe, no entanto, nem sempre têm uma experiência única, fazendo com que os *skateholders* locais se dividam. Alguns dos entraves para que isto aconteça são: “curta estadia no território vimaranense; concentração no centro da cidade; perda de notoriedade com jovens; e, desconhecimento fora de Portugal” (Roquette, 2019, p. 10). Desta forma, é imprescindível implementar algumas estratégias para que estes entraves diminuam: agregar a cidade de Guimarães e aumentar a experiência já existente; informar melhor, passando a mensagem que Guimarães é mais do que o Castelo e o Paço dos Duques; diferenciar os vários públicos-alvo com a criação de atividade e ações específicas; tentar retirar vantagem do *stakeholder engagement* na cidade; e, desenvolver uma ideia principal, alinhando a estratégia com uma visão para o setor turístico (Roquette, 2019).

Devido ao orgulho vimaranense, Guimarães desenvolveu três programas: Programa Identitário, Valorização Territorial e Conhecer Guimarães (Roquette, 2019).

O “Programa Identitário” tem a finalidade de preservar e compreender a sua identidade, garantindo a qualidade do destino. Este programa está dividido em três projetos: Bases da Identidade, Representação da Identidade e Projeção da Identidade. No ponto “Bases da Identidade”, algumas das estratégias são: identificar as tradições e costumes do território com o objetivo de os preservar; os residentes têm o direito de serem os primeiros a experimentar qualquer tipo de ação/atividade/evento, de forma a recomendar e divulgar futuramente aos turistas que visitem a cidade de uma forma autêntica e genuína. Relativamente ao ponto “Representação da Identidade” é necessário para este programa a agilização de quem representa o território, algumas das ações a implementar são: o desenvolvimento de um cartão de sócio da cidade de Guimarães, intitulado de “Sócio de Guimarães”, onde todos os sócios têm um conjunto de mais valias e participações; e, a criação de um “Kit de Sobrevivência de Guimarães”, onde se encontram histórias, tradições e sabores de todo o território vimaranense. Por fim, no ponto “Projeção da Identidade” deve-se apostar na comunicação e inovação,

com base na população e organizações/instituições locais. Desta forma, algumas ações desenvolvidas são: criação de um *Hashtag* (#) específico para que todos o utilizem com o objetivo de se tornar uma tendência nacional: #GUIMARAES; e, a criação de um canal no Youtube onde se publique todo o tipo vídeos que mostre a cidade, a população e a história do território (Roquette, 2019).

O programa “Valorização Territorial” tem como objetivo preservar o território vimaranense, dado ser alvo de várias distinções ao nível nacional e internacional. Tal como o programa anterior, este também está dividido em três projetos: Território Unificado, Guimarães Verde e Garra no Território. Relativamente à estratégia “Território Unificado”, este programa tem como objetivo aglomerar todo o território no destino turístico de Guimarães, ou seja, descentralizar. Desta forma, algumas das ações são: criação de rotas circulares, onde seja possível visitar qualquer ponto de interesse do território vimaranense; e, a distribuição territorial de atividade e coordenação de calendários com o objetivo de não haver sobreposições. No projeto “Guimarães Verde” a sustentabilidade foi considerada como um ponto principal deste programa, sendo necessário criar ações: criar uma maior ligação entre os vários projetos e o conceito de sustentabilidade; criação de um centro histórico ciclável e pedonal, com o objetivo de proteger o centro histórico e disponibilizar uma utilização mais sustentável e livre, criando também uma maior segurança à população local e aos turistas. Por fim, no projeto “Garra no Território” há o desenvolvimento de várias ações com o objetivo de aumentar a atração e experiência dos turistas: criação do “*Welcome Desk*” na Casa da Memória, que sirva como ponto de partida na visita a Guimarães; e, a criação de um posto de turismo de Guimarães no Aeroporto Francisco Sá Carneiro (Porto), que permita dar a conhecer aos turistas a cidade de Guimarães como destino turístico (Roquette, 2019).

Por fim, no programa “Conhecer Guimarães”, este está organizado em seis projetos: À Medida, Descoberta da Origem, Visita Verde, Imersão no Espírito Vimaranesse, Caminho da Paixão e Experiências Acompanhadas. Relativamente ao projeto “À Medida” este tem como objetivo dar a oportunidade ao turista de desenvolver sozinho a sua própria experiência, tendo toda a informação necessária. Algumas das ações para que isto seja possível são: personalizar a experiência através de uma análise às experiências únicas e ao envolvimento de atores locais, onde seja

possível ao turista construir a sua própria visita; e, perpetuar a experiência, ou seja, criar um sistema de acompanhamento do turista que permita manter o contacto deste com a cidade, mesmo após a saída do território. O segundo projeto, “Descoberta da Origem”, tem como objetivo oferecer ao público-alvo o maior acesso a todo o território, para além do Centro Histórico e o Castelo, proporcionando uma experiência única. Desta forma, algumas das ações são: implementar estratégias para que a história de Guimarães e de Portugal estejam sempre presentes em toda a experiência; e, encenações nos variados locais históricos que ajudam a envolver a população local. De acordo com o projeto “Visita Verde”, este para atrair um público mais responsável e jovem, tem como objetivos: o território preservado, edifícios autossuficientes, produtos locais, património natural e as ecovias limpas. Algumas das ações desenvolvidas são: “*Bike Buddies*”, ou seja, passeios de bicicletas pela cidade (ciclovias e caminhos cicláveis) acompanhados por guias voluntários; e criação e desenvolvimento de uma marca onde mostre os produtos e serviços locais e que promova a identidade da cidade de Guimarães. Em relação a “Imersão Espírito Vimaranense” existem algumas ações que permitem oferecer aos turistas a oportunidade de conhecer o que é ser vimaranense: “*Greeters*”, ou seja, voluntários locais que ajudam os visitantes a conhecer a cidade, mostrando-lhes locais especiais; outra ação é a criação de uma ferramenta que seja capaz de identificar o perfil do visitante, alinhando-o com o perfil de alguns voluntários locais, disponíveis para ajudar a mostrar o que há de melhor na cidade. O “Caminho da Paixão” mostra que os Vimaranenses têm uma enorme paixão pelo seu território e identidade, mostrando o seu orgulho aos visitantes. Por fim, o projeto “Experiências Acompanhadas” mostra que todas as ações e atividades desenvolvidas visam a participação da população local. Um dos subprojectos desenvolvidos foi a formação de guias locais com roteiros temáticos que podem acompanhar os turistas, com o objetivo de lhes fornecer mais informação sobre o destino (história, cultura, serviços/produtos e gastronomia) (Roquette, 2019).

“Guimarães combina de forma harmoniosa e única a memória e a tradição com a abertura ao outro, o cosmopolitismo e a contemporaneidade” (Alves, 2011).

3.2.1 Património Mundial da UNESCO

O Comité do Património Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), foi criado em 1972, com o objetivo de preservar e salvaguardar alguns dos principais locais culturais e naturais do mundo, tentando sempre preservar o valor universal, excepcional, dos locais enumerados (Kuempel et al., 2022; Torres-González et al., 2021). É considerado um dos principais acordos ambientais internacionais (Kuempel et al., 2022). Nos dias de hoje, 193 Estados fazem parte deste acordo internacional, sendo quase uma aceitação universal (Torres-González et al., 2021), assegurando a “identificação, proteção, conservação, apresentação e transmissão às gerações futuras do património cultural e natural” (UNESCO, 1972 cit in Kuempel et al., 2022, p. 1). Todos os países que ratificaram o documento, têm a consciência que o seu património listado na Lista do Património Mundial tem o dever de ser protegido e salvaguardado por toda a população mundial (Torres-González et al., 2021). Os locais distinguidos como Património Mundial são caracterizados como locais com um alto valor de reconhecimento a nível mundial (Kuempel et al., 2022).

Os objetivos secundários da criação da Lista do Património Mundial (*“World Heritage List”* – WHS), em 1994, visaram solucionar os desequilíbrios nos locais culturais e entre regiões (Kuempel et al., 2022).

Assim sendo, o Comité do Património Mundial (1972) e a Estratégia Global (1994) têm como propósito preservar, com valores universais, os locais, na sua forma natural e cultural com elevada “importância internacional no âmbito de uma rede “representativa, equilibrada e credível” de zonas altamente protegidas” (Kuempel et al., 2022, p. 2).

Segundo Jones (2003), no final do século XIX, Friedrich Ratzel, introduziu “Património Cultural”, como um conceito académico. No entanto, este termo só mais tarde passou a ser utilizado, dado que várias organizações o introduziram como uma categoria de preservação. Uma dessas organizações foi o Comité do Património Mundial da UNESCO (Maxim & Chasovschi, 2021).

A UNESCO criou vários procedimentos para controlar o estado de conservação e proteção dos locais designados como património mundial. Os governos são obrigados

a criar relatórios frequentemente sobre a gestão dos bens, o estado de conservação e sobre as várias estratégias implementadas para a proteção dos mesmos. Estes relatórios fornecidos ao Comité do Património Mundial possibilitam que este analise o estado dos locais e, caso haja necessidade, decida se é imprescindível uma intervenção para colmatar os problemas existentes, como por exemplo: a inscrição de um local na Lista do Património Mundial em Perigo (Torres-González et al., 2021).

Em relação ao processo de seleção dos locais patrimoniais, Bertacchini e Saccone (2012) afirmam que as condições económicas e institucionais de um país podem interferir na apresentação de uma candidatura a Património Mundial, levando a decisões finais que podem não ser a mais assertivas, uma vez que os países mais influentes e ricos acabam por ter uma maior validação das candidaturas (Bertacchini et al., 2017; Panzera et al., 2021).

A preservação do património requer um conhecimento multidisciplinar do património histórico, onde todas as opiniões são importantes para a conservação e preservação do mesmo (Torres-González et al., 2021).

O património cultural é considerado como um dos principais fatores para o desenvolvimento do turismo em vários destinos, uma vez que este fator ajuda a que os destinos se diferenciem uns dos outros no mercado competitivo, visto que a cultura aumenta a autenticidade e atratividade do destino (Maxim & Chasovschi, 2021).

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) (2009) cit in Panzera et al. (2021), a cultura é utilizada como uma imagem do destino turístico, enquanto o turismo é incluído no desenvolvimento cultural como uma forma de apoiar o património e a produção cultural, sendo extremamente importante esta interação entre os dois domínios.

Vários destinos do mundo, com elementos patrimoniais importantes, estão denominados pela UNESCO como Património Mundial, dado terem uma grande importância internacional. Esta designação provoca um aumento no número de turistas nos destinos turísticos, pois ao se pertencer à Lista do Património Mundial da UNESCO, o património recebe um maior reconhecimento, sendo considerado como um símbolo de autenticidade e de qualidade (Maxim & Chasovschi, 2021). A autenticidade, segundo Kolar e Zabkar (2010), é um fator crucial nos destinos patrimoniais, dado que é visto como algo essencial que influencia os turistas a viajar para lugares distantes. A

autenticidade é um elemento muito importante nos locais considerados como Património Mundial, dado ser um dos principais elementos a ser tidos em consideração quando o local é colocado em tal posição (Maxim & Chasovschi, 2021).

Os turistas internacionais que procuram lugares patrimoniais estão sujeitos a percorrer longas distâncias. Os destinos que apresentam lugares classificados como Património Mundial pela UNESCO são mais importantes para atrair turistas internacionais do que museus, monumentos e paisagens culturais designados a nível nacional (Panzera et al., 2021).

Este atributo é desejável principalmente nos países em desenvolvimento, dado que a distinção de um sítio como Património Mundial suporta a sua conservação e preservação como também o aumento de turistas nacionais e internacionais que procuram experiências únicas e autênticas e de valor acrescentado (Maxim & Chasovschi, 2021; Remoaldo et al., 2014).

Em conclusão, a presença de locais classificados como Património Mundial da UNESCO influencia os fluxos turísticos, uma vez que os turistas internacionais percorrem longas distâncias para reconhecer a riqueza do património e características inerentes que fundamentaram a distinção como Património Mundial da UNESCO (Panzera et al., 2021).

Capítulo 4- Metodologia

4.1 Metodologia Utilizada

O presente estudo apresenta-se como um estudo descritivo exploratório e expõe uma metodologia qualitativa, tratando-se de uma análise à acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão, mais concretamente nas cidades de Braga e de Guimarães.

“A investigação qualitativa é uma abordagem bem estabelecida para a investigação de fenómenos nas ciências sociais” (Dwyer et al., 2012, p. 150). Desde as primeiras décadas do século XXI que a metodologia qualitativa tem ganho mais aceitação, uma vez que este método pode fornecer um conhecimento rico e profundo com muitos pontos de vista (Dwyer et al., 2012; Leavy, 2014).

O método qualitativo é o melhor método para se analisar temas mais sensíveis, uma vez que este método assegura aos participantes algum tipo de privacidade e possibilidade de se manifestarem num ambiente mais descontraído (Adeloye et al., 2020; Elam & Fenton, 2003). A escolha pelo método qualitativo em temas sensíveis requer que os investigadores se preparem e planeiem as entrevistas com antecedência para que seja mais fácil a recolha dos dados, sendo também imprescindível a segurança e o bem-estar de todos os participantes. Existem algumas medidas a ter em atenção para se criar um ambiente de confiança entre os participantes e o investigador, como a comunicação direta entre os intervenientes; a possibilidade de fornecer provas que comprovam a natureza da investigação a ser realizada; a criação de relações; a demonstração de empatia e sensibilidade ajuda no processo de recrutamento, entre outros (Adeloye et al., 2020).

Como já referido, a metodologia qualitativa baseia-se na empatia pois o seu principal objetivo é conseguir obter o máximo de conhecimento sobre um determinado tema através da aplicação de visão do mundo (ontologias) que têm em consideração a multiplicidade de “realidades” e a forma como elas são construídas (Dwyer et al., 2012). Segundo Clark et al. (1998), as entrevistas são a forma de recolha de dados qualitativos que nos possibilita fornecer uma visão de como os indivíduos ou

os grupos pensam sobre o campo a ser abordado e como formam uma “realidade” a partir desse campo.

A metodologia qualitativa foca-se na obtenção de dados empíricos retirados do mundo empírico. A metodologia é a agregação de diretrizes para a realização do estudo. Desta forma, as diretrizes da metodologia qualitativa são as seguintes (Dwyer et al., 2012):

- Uso de uma abordagem indutiva para analisar a realidade;
- Aceitação de uma perspectiva ontológica que apresenta várias visões e realidades;
- Dar atenção às relações intersubjetivas entre os vários intervenientes (participantes e investigador);
- Utilização de uma teoria intersubjetiva, que provém de princípios com valor;
- Compreensão dos investigadores como “*insiders*” (profissional na área) pelos integrantes no estudo;
- Criação de uma investigação mais flexível e emergente com o objetivo de proporcionar aos investigadores a capacidade de resposta;
- Estudo centrado em assuntos mais emblemáticos que surgem durante os vários processos de investigação;
- Método de amostragem não probabilística;
- Repositório de materiais escritos, visuais e orais que são agrupados num só texto, em vez de registo numérico;
- Interpretação de materiais empíricos com o objetivo de produzir temas-chave em colaboração com as experiências dos participantes durante o estudo.

A investigação qualitativa conta com um variado conjunto de métodos que podem ser utilizados para criar material empírico: entrevistas, análise documental, observação dos participantes, diário e anotações, *focus group*, entre outros. Esta investigação beneficia de um conjunto de métodos de interpretação empírica do material recolhido, sendo as formas mais utilizadas: análise de conteúdo, comparações e interpretações teóricas fundamentadas. A metodologia qualitativa é associada principalmente ao construtivismo social, aos paradigmas participativos e à orientação teórica crítica (Dwyer et al., 2012).

O método qualitativo é reconhecido por todas as áreas que estejam a cooperar com estudos de turismo. É um método que pode ser bem utilizado quando se pretende abordar o turismo em circunstâncias complexas, sendo capaz de tratar da multiplicidade de significados, relações que estão relacionadas com a indústria turística, experiências, entre outros. As entrevistas são o meio mais apropriado para se analisar temas que exigem respostas mais aprofundadas e individualistas. As entrevistas podem ser estruturadas, semiestruturadas e/ou não estruturadas sobre um determinado tema (Hillman & Radel, 2018).

No turismo, o método qualitativo é o mecanismo mais fácil e mais útil para se conseguir obter uma compreensão aprofundada sobre um tema onde as várias percepções, impactos, comportamentos e atitudes são possíveis, antecipadas e/ou importantes. As várias diferenças a ser realçadas podem ser encontradas num grupo de pessoas ou em indivíduos isolados. No século XXI, o método qualitativo é reconhecido como a forma que melhor pode explicar o turismo em circunstâncias contemporâneas e complexas, uma vez que é caracterizado como algo polivalente, com vários significados, interpretações e efeitos plurais (Picken, 2006). Vários estudos conceituados no turismo foram desenvolvidos a partir do método qualitativo (Plog, 1974; Cohen, 1976; Smith, 1977 cit in Hillman & Radel, 2018) que ainda permanecem atuais e indispensáveis nos dias de hoje. Desta forma, pode-se concluir a força da abordagem qualitativa na investigação em estudos turísticos (Hollinshead, 2004).

Quando se começa a pensar na utilização do método qualitativo e na estrutura da entrevista, é preciso pensar sobre o tipo de conhecimentos procurados pelos participantes (Hillman & Radel, 2018). Este método não tem como objetivo gerar consenso entre os vários participantes, mas sim manter as várias diferenças existentes no tema a ser abordado, com o propósito de obter o máximo de informação (Hillman & Radel, 2018; Reed et al., 2009).

A análise das partes interessadas é um fator-chave para o desenvolvimento dos fundamentos turísticos, sendo também utilizada para compreender a evolução e as práticas turísticas. Os estudos turísticos que têm como objetivo compreender e identificar os vários intervenientes, abrangendo as atitudes, percepções e sentimentos sobre o turismo, também têm tirado partido do método qualitativo (Hillman & Radel, 2018). O participante dos estudos turísticos pode ser caracterizado como o indivíduo ou

grupo que pode afetar e/ou ser afetado pelo desenvolvimento turístico de um determinado local (Byrd, 2007). Segundo Reed et al. (2009), o método qualitativo pode ser a melhor abordagem para identificar e caracterizar os grupos de partes interessadas. As entrevistas poderão fornecer informações entre os grupos, sobre as relações entre os vários interessados, analisando em profundidade as perceções de um determinado grupo (Hillman & Radel, 2018).

4.2 Problemática e Objetivos da Investigação

A problemática de investigação retrata o tema mais desejado para análise (Hashimov, 2015). Desta forma, tendo por base a revisão de literatura, a questão de investigação do presente estudo é a seguinte: De que forma a acessibilidade é considerada no acesso e usufruto do património histórico-cultural nas cidades de Braga e Guimarães?

Com o propósito de responder à problemática anteriormente apresentada, é necessário definir um objetivo geral, que seja possível subdividir-se em objetivos específicos (Limbado, 2021). Por conseguinte, o estudo tem como objetivo analisar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão, mais concretamente nas cidades de Braga e de Guimarães. Assim sendo, na revisão de literatura é abordada e demonstrada a análise relativa à acessibilidade no património cultural nas cidades de Braga e Guimarães.

Tabela 4 – Objetivo Geral e Objetivos Específicos

Objetivo Geral	- Avaliar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão.
Objetivos Específicos	- Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico; - Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães; - Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível; - Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães; - Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e de Guimarães.

Fonte – Elaboração Própria

4.3 Instrumento de Recolha de Informação

Para a recolha de informação na metodologia qualitativa existem várias opções: gravações de áudio ou vídeo das entrevistas, anotações escritas ou documentos que estejam disponibilizados. A entrevista é a forma mais utilizada quando se trata de um trabalho qualitativo empírico (Limbado, 2021). Consiste numa conversa entre dois ou mais intervenientes, realizada pela iniciativa do entrevistador com o objetivo de encontrar informações importantes sobre um determinado tema a investigar (Minayo & Costa, 2018).

Relativamente à entrevista individual, esta tem três modalidades: levantamento de opinião (quando é guiada por um questionário totalmente estruturado, onde a escolha dos participante está limitada de acordo com as respostas a perguntas estabelecidas pelo investigador); entrevista semiestruturada (guião com questões formuladas e com questões abertas, dando a possibilidade ao entrevistador de controlar melhor o que pretende saber sobre o tema a ser investigado, e também permite que o participante reflita de uma forma livre e espontânea sobre os tópicos abordados); e, entrevista aberta ou em profundidade (esta modalidade é a mais utilizada pelos iniciantes; interlocução livre, definida pelos princípios do objeto de estudo) (Minayo & Costa, 2018).

Neste seguimento, a recolha de informação foi apoiada por uma entrevista semiestruturada com 14 perguntas de resposta aberta. Contrariamente às entrevistas fechadas, as entrevistas semiestruturadas tendem a ter uma maior e melhor utilização das informações obtidas, sendo possível acompanhar mais facilmente qualquer ponto de vista considerado essencial pelo participante, tornando também mais visível o entrevistador, uma vez que não se esconde atrás de um guião totalmente estruturado (Denzin & Lincoln, 2011). Em comparação com as entrevistas abertas, nas entrevistas semiestruturadas “o entrevistador tem mais relevância no foco da conversa em questões que considera importantes em relação à temática de investigação” (Limbado, 2021, p. 72).

Nessa perspetiva, e numa fase prévia à aplicação da entrevista, foi solicitado aos participantes o preenchimento dos dados sociodemográficos. Além disso, as perguntas encontram-se repartidas pelos vários objetivos específicos estabelecidos, tendo sido

também fundamentadas na revisão de literatura, como é demonstrado na seguinte tabela.

Tabela 5 - Fundamentação Teórica da Entrevista

Questão	Questões da Entrevista	Fundamentação Teórica
Objetivo 1: Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.		
Q1	O que entende por Turismo Acessível?	Buhalis & Darcy, 2010; Özogul & Baran, 2016; Pagán, 2012; Darcy & Dickson, 2009; Scheyvens & Biddulph, 2018
Q2	Os aspetos associados à acessibilidade podem ser vistos como oportunidades para os destinos turísticos? Porquê?	Madeira et al., 2021; Gillovic & McIntosh, 2020; Nostrand et al., 2013; Santana-Santana et al., 2020
Q3	De acordo com a Norma ISO 21902: 2021, considera que o destino turístico (Braga/Guimarães) é um destino acessível?	ISO 21902: 2021, 2021
Q4	De acordo com os projetos desenvolvidos ao nível do turismo na cidade de Braga/Guimarães, a acessibilidade está a ser considerada? Caso não esteja, o que poderia ser melhorado?	Elaboração própria
Objetivo 2: Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães.		
Q5	Que medidas podem ser adotadas, relativamente às pessoas com mobilidade reduzida, de forma a usufruírem do destino com menos limitações?	Burnett & Baker, 2001; Santana-Santana et al., 2020
Q6	Os colaboradores têm formação específica e as competências necessárias para prestar um melhor serviço a este segmento turístico? Caso de não as tenham, que medidas considera importantes para que as adquiram?	Cloquet et al., 2018; Liasidou et al., 2019
Q7	Na atualidade, as novas tecnologias representam uma vantagem competitiva para as empresas e destinos. Os websites oficiais têm informação adequada a pessoas com mobilidade reduzida? Em caso de resposta negativa, que sugestões de melhoria propõem?	Ponciano et al., 2021; Halkiopoulos et al., 2020; Eusébio et al., 2020; Lee, 2020
Q8	Relativamente ao Turismo Cultural, a informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais (museus, por exemplo), está apresentada em diferentes formatos (gravações, fácil leitura ou "braille")?	ISO 21902: 2021, 2021
Q9	Na cidade de Braga/Guimarães, existem meios de transporte adaptados a qualquer tipo de pessoa, independentemente das suas capacidades, permitindo-lhes uma deslocação mais fácil entre o centro histórico/património cultural? No caso de a resposta ser negativa, o que considera importante melhorar?	ISO 21902: 2021, 2021
Objetivo 3: Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível.		
Q10	Qual a percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita o destino? E nesses, quais o que mostram interesse relativamente ao património?	Elaboração própria

Q11	Qual o grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nas cidades de Guimarães/Braga, tendo em conta às especificadas das suas necessidades?	Elaboração própria
Q12	Para além da mobilidade reduzida, o destino turístico tem algum tipo de preocupação relativamente à acessibilidade para os outros tipos de deficiência (visão, audição e problemas cognitivos)?	Elaboração própria
Objetivo 4: Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e de Guimarães.		
Q13	O património cultural do destino turístico é acessível a qualquer pessoa? Caso isso não aconteça, que estratégias, a partir da legislação existente, poderiam ser desenvolvidas?	United Nations Enable, 2006; Duarte, 2021; Decreto-Lei 163/2006, 2006; Decreto-Lei n.º 74/2007, 2007
Objetivo 5: Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e de Guimarães.		
Q14	Identifique os principais monumentos/museus com acessibilidade motora na cidade de Braga/Guimarães.	Elaboração própria

Fonte: Elaboração Própria

4.4 População, Amostra e Técnica de Amostragem

A população alvo deste estudo de investigação são as entidades do setor do turismo e do património histórico-cultural, guias intérpretes e associações que se encontram localizadas nas cidades de Braga e de Guimarães. Desta forma, a população da presente investigação é constituída por 13 participantes.

De facto, a amostra do método qualitativo é constituída, frequentemente, por um número reduzido de pessoas, especializadas no tema a ser investigado (Hashimov, 2015). Os investigadores, para este tipo de estudo, utilizam dois modelos de amostragem: intencional ou teórico, ao contrário do modelo de amostragem aleatório, com o propósito de encontrar indivíduos/grupos e ambientes que têm a ver com o estudo a ser realizado (Denzin & Lincoln, 2011).

Deste modo, a técnica de amostragem aplicada no estudo a ser investigado, é a amostragem teórica, uma vez que tem como objetivo identificar quem tem maior capacidade e competência para responder aos objetivos definidos. Neste sentido, o público-alvo para as entrevistas são os responsáveis pelo turismo e património, *stakeholders*, associações e guias intérpretes localizados nas cidades de Braga e Guimarães, uma vez que estes são os intervenientes que apresentam maior domínio empírico na temática a ser abordada.

4.5 Procedimento Adotado

O presente estudo foi propagado, por via eletrónica, diretamente ao público-alvo, pretendendo a participação dos vários intervenientes aptos para a realização da entrevista. Aos participantes foi explicado o objetivo do presente estudo e o seu propósito, tendo sido pedido o agendamento das entrevistas. Estas, decorreram durante os meses de julho, agosto e setembro e foram realizadas presencialmente, escritas ou por videochamada.

A presente investigação tem em atenção a saturação teórica, ou seja, a partir de uma certa altura na realização das entrevistas não haverá mais informações a acrescentar sobre a temática, dando por finalizadas as entrevistas.

Tabela 6 - Entrevistas Realizadas

Organização Entrevistada	Data	Duração
Tesouro-Museu da Sé de Braga	06.7.2022	Por escrito
Câmara Municipal de Braga	08.7.2022	Por escrito
Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa	11.7.2022	00:20:06
Museu dos Biscainhos	14.7.2022	00:22:15
Paço dos Duques de Bragança	18.7.2022	00:18:30
Castelo de Guimarães	18.7.2022	00:27:08
Museu Alberto Sampaio	20.7.2022	00:33:37
Direção Regional de Cultura do Norte	02.8.2022	00:35:46
Guia Intérprete Certificada	29.8.2022	00:45:03
Mosteiro de São Martinho de Tibães	31.8.2022	Por escrito
Guia Intérprete Certificada	05.09.2022	00:22:55
Guia Intérprete Certificada	17.09.2022	00:23:03
CERCI Braga	21.09.2022	00:20:56

Fonte: Elaboração Própria

Após a realização das entrevistas, a etapa seguinte consiste na análise e interpretação dos dados recolhidos em três fases.

Na primeira fase, a síntese de informação, ou seja, onde se procede à seleção dos elementos recolhidos durante as entrevistas realizadas através de anotações e transcrições (Hashimov, 2015). Uma vez que a recolha de dados foi feita através de entrevistas, procedeu-se à sua transcrição, para identificar o conteúdo importante para

a investigação. Contudo, o investigador que utiliza a metodologia qualitativa, necessita de criar formatos de exibição dos dados (Hashimov, 2015). Neste sentido, foi criado um documento Word, tendo em atenção as questões definidas na entrevista, de onde foram recolhidos os dados.

De seguida, deve-se proceder à realização da exposição da informação, ou seja, a criação de um grupo organizado e compactado dos dados recolhidos, dando a possibilidade de traçar a conclusão (Hashimov, 2015). Nesta segunda fase, os dados recolhidos foram agrupados de acordo com as particularidades e características comuns, ou seja, dentro de cada uma das perguntas da entrevista, as respostas fornecidas pelos participantes foram organizadas por temas.

Por fim, na terceira fase, é necessário o desenho e verificação de conclusões, ou seja, deve-se testar a validade das conclusões. Deste modo, em cada grupo criado verificou-se a concordância e a discordância dos intervenientes de acordo com um determinado tema.

Relativamente à entrevista, é importante ter em atenção de que destino se trata, dando a possibilidade de criar dois grupos, com o objetivo de comparar entre os dois destinos a acessibilidade no património histórico-cultural.

Nas políticas urbanas é preciso entender o que é Turismo Acessível. É necessário também perceber se a acessibilidade está a ser considerada em cada um dos destinos turísticos em análise, e se esta pode ser vista como uma oportunidade. Caso a acessibilidade não esteja a ser considerada é também fundamental questionar que melhorias poderiam ser aplicadas nos destinos, a fim de os tornar mais acessíveis. Desta forma, a análise e tratamento dos dados é dividida pelos motivos que justificam se é ou não vista como uma oportunidade/considerada e pelas melhorias apresentadas pelos entrevistadores.

Com o objetivo de definir e identificar medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e Guimarães, as questões relacionam-se com a formação específica dos colaboradores, com a utilização das novas tecnologias como uma vantagem competitiva, com a preocupação de apresentar a informação em vários formatos e dos meios de transporte adequados.

De acordo com as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível, as questões relacionam-se com a percentagem de turistas com mobilidade reduzida e,

desses, quais os que mostram interesse e o grau de satisfação relativamente à experiência em cada um dos destinos. Neste contexto, os dados recolhidos podem ser divididos por cada destino relativamente à percentagem de turistas com mobilidade reduzida e por categorias (interesse e grau de satisfação). Questiona-se também se em cada um dos destinos em análise existe a preocupação pelos outros tipos de deficiência.

Com o objetivo de definir estratégias a implementar no acesso ao património cultural, questiona-se se este é acessível e caso não seja, que estratégias poderiam ser implementadas.

Por fim, questiona-se quais os principais monumentos/museus de cada um dos destinos com maior nível de acessibilidade, agrupando-os de acordo com cada uma das cidades em análise.

Capítulo 5 – Análise dos Resultados

5.1 Caracterização dos Participantes

Como mencionado anteriormente, a presente investigação é composta por 13 participantes. Tal como referido no consentimento informado, o presente estudo respeita a confidencialidade e anonimato dos entrevistados, desta forma, estes são identificados pela designação “E” (Entrevistado) e numericamente (1 a 13).

Com o recurso dos questionários sociodemográficos, cujos dados são apresentados na tabela seguinte, é possível verificar que as idades dos participantes variam entre os 42 e os 64 anos; 11 dos entrevistados são do género feminino e 2 são do género masculino; que todos os intervenientes em relação às habilitações académicas têm o ensino superior; e, que as funções desempenhadas por estes são, maioritariamente, em cargos de hierarquias superiores e guias intérpretes certificados.

Tabela 7 - Dados Sociodemográficos dos Participantes

N.º	Função do Entrevistado na Organização	Idade	Género	Habilitações Literárias
E.1	Técnica Superior	52	Feminino	Licenciatura
E.2	Chefe de Divisão	64	Feminino	Mestrado
E.3	Responsável pelo Museu	64	Feminino	Licenciatura
E.4	Responsável pelo Museu	64	Feminino	Licenciatura
E.5	Diretora	64	Feminino	Doutoramento
E.6	Responsável pelo Museu	59	Feminino	Mestrado
E.7	Diretora	64	Feminino	Doutoramento
E.8	Diretora	58	Feminino	Doutoramento
E.9	Guia Intérprete Certificada	43	Feminino	Licenciatura
E.10	Responsável pelo Serviço de Educação do Mosteiro de Tibães	47	Masculino	Mestrado
E.11	Guia Intérprete Certificada	45	Feminino	Licenciatura
E.12	Guia Intérprete Certificada	56	Masculino	Licenciatura
E.13	Diretora Técnica	42	Feminino	Licenciatura

Fonte – Elaboração Própria

5.2 Análise e Tratamento das Entrevistas

A recolha dos dados para a análise do presente estudo foi realizada através do recurso de entrevistas semiestruturadas.

A análise dos dados obtidos tem como objetivo final avaliar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão, mais concretamente nas cidades de Braga e de Guimarães. A análise dos dados recolhidos será realizada através da análise de conteúdo.

5.2.1 Políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico

No que se refere às políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico, haverá uma análise em relação à definição de Turismo Acessível, à acessibilidade: se é vista como uma oportunidade e se está a ser considerada nos destinos turísticos e, por fim, se os destinos em análise são acessíveis.

5.2.1.1 Braga

a. Definição de Turismo Acessível

De acordo com os entrevistados, o Turismo Acessível é um tipo de *turismo integrador* (E.4), *que envolve processos de igualdade* (E.2), sendo *projetado para todos* (E.9), dando a possibilidade às pessoas de usufruírem dos serviços turísticos de uma *forma independente com equidade e dignidade* (E.2), permitindo o *acesso às mais variadas experiências de fruição patrimonial (cultural, gastronómica, natural, entre outras)* (E.10).

b. Acessibilidade como uma oportunidade para os destinos turísticos

Conforme as respostas dadas pelos participantes, verifica-se uma concordância de opiniões relativamente ao facto de a acessibilidade ser vista como uma oportunidade para os destinos turísticos, uma vez que esta é um *fator propiciador de desenvolvimento* (E.3) pessoal e de empregabilidade, dando a possibilidade de alargar o público-alvo. Os destinos turísticos ao implementar a acessibilidade nos seus serviços tentam elaborar *um conjunto de melhorias nas infraestruturas com equipamentos,*

meios de comunicação e marketing que possibilitam dar a conhecer a missão, a visão e os objetivos, com o propósito de acolher todos com qualidade (E.10).

“Estudos Europeus apontam que no ano de 2025 a maioria da população seja composta por pessoas entre os 40 e 60 anos, o que se traduzirá num movimento de mais de 2000 milhões de viagens internacionais. Assim sendo, o Turismo Acessível e o envelhecimento populacional serão pontos de franco crescimento” (E.2). “Turismo Acessível gere biliões de euros por ano, representa 3/4% do rendimento bruto da UE, ou seja, é uma aposta ganha, não só financeiramente, mas também ao nível da empregabilidade” (E.9). “Quando falamos de acessibilidade estamos a falar da eliminação de barreiras físicas” (E.8).

c. De acordo com a Norma ISO 21902: 2021, os destinos turísticos são acessíveis

Ao se implementar a Norma ISO 21902: 2021, é possível verificar que, de acordo com os entrevistados, o destino turístico Braga tem feito esforços para se tornar mais acessível, sendo uma *cidade acolhedora e integradora* (E.5), no entanto é *parcialmente acessível* (E.10). Alguns dos projetos desenvolvidos na cidade de Braga para a tornar mais acessível foram: *rampas; ruas com pavimentos regulares que se tornam facilmente acessíveis; passeadeiras rebaixadas e niveladas; existência de alguma sinalização iluminada, tátil e sonora; intervenções de melhoria e reabilitação em alguns museus de forma a melhorar a acessibilidade* (E.2/E.8/E.9), como por exemplo no Museu dos Biscainhos onde está a ser instalado um elevador. Os museus construídos mais recentemente, como o Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa, já possuem elementos de acessibilidade. Para além dos museus e monumentos, Braga organiza todos os anos grandes eventos, como por exemplo a *Braga Romana, a Noite Branca ou o Festival Ouvidoria, que são eventos gratuitos, com a programação destinada a muitos tipos de público* (E.10), incluindo as pessoas com deficiência.

d. A acessibilidade a ser considerada

Porém, como dito anteriormente, não se pode dizer que é um destino completamente acessível, pois há uma *falta de política nacional coordenada (planeamento, pensamento e ação)* (E.3) ao nível do património com acessibilidade, o que permite a permanência das barreiras: acessibilidade física, económica e social. Desta forma, seria importante realizar algumas melhorias ao nível da *criação e*

desenvolvimento de casas de banho públicas adaptadas, desenvolvimento de áudio-guias e criação de locais de tomada e largada de passageiros (E.3/E.8).

“Ainda se pensa muito na acessibilidade física, mas não é apenas esta que está em causa” (E.8). “Do ponto de vista da acessibilidade intelectual: ainda há um longo caminho, principalmente nas pessoas com necessidades especiais, nos elementos culturais. Por parte dos colaboradores há vontade, mas sem uma política, a capacidade do património em relação à acessibilidade é reduzida” (E.4).

“Em 2004 foi criado um roteiro da cidade em “*braille*”. O posto de informação turística desenvolveu conteúdos portáteis – o projeto “*Go More*” – que permite que o visitante possa percorrer e aprender tudo o que deseja e poder usufruir dos recursos culturais e naturais existentes. Foram criados 4 roteiros do barroco adaptados a pessoas com mobilidade reduzida” (E.9).

“A acessibilidade, que aqui se pretende abordar, diz respeito não apenas à acessibilidade física, mas a qualquer característica específica que os turistas possam ter: incapacidade temporária (acidentados, pais com bebés e/ou crianças pequenas, estado avançado de gravidez); incapacidades permanentes ou prolongadas (deficiência motora, sensorial ou intelectual); seniores; pessoas com estatura anormal; ou pessoas com doenças crónicas; e, condições sociais acessíveis” (E.10).

5.2.1.2 Guimarães

a. Definição de Turismo Acessível

Segundo os participantes, o Turismo Acessível é um *tipo de turismo ou atividade turística que está preparada para receber todo o tipo de turistas com as mais variadas limitações* (E.8), sendo *acessível fisicamente, emocionalmente e visualmente* (E.5), devendo os serviços estar *adaptados ou adequados a todos os tipos de visitante* (E.9), no entanto *ainda se verificam muitas falhas* (E.11).

b. Acessibilidade como uma oportunidade para os destinos turísticos

De acordo com a opinião dos entrevistados, estes também concordaram que a acessibilidade pode ser vista como uma oportunidade para os destinos turísticos, dada a maior *procura neste tipo de mercado* (E.11). *É função de todos tornar o destino acessível ao resolvermos os problemas de acessibilidade* (E.7).

“O turismo não pode ignorar este tipo de público. A acessibilidade comunicacional e a acessibilidade intelectual são menos abordadas, ao contrário da acessibilidade física que

é considerada quase como uma condição prévia de todo o trabalho que futuramente será desenvolvido. Nos museus verifica-se uma maior preocupação pela forma como se comunica, de forma a que estes sejam acessíveis a todas as pessoas, independentemente das suas limitações/condições cognitivas” (E.8).

“Os destinos melhor preparados conseguem ganhar mais com isso uma vez que atraem mais este tipo de cliente” (E.11).

c. De acordo com a Norma ISO 21902: 2021, os destinos turísticos são acessíveis

Relativamente a Guimarães, os entrevistados afirmaram que a cidade é um destino acessível, tendo havido melhorias. Porém, *depende do local que se visita* (E.6), sendo considerado *parcialmente acessível* (E.11). Uma das principais causas para a não adaptação em alguns monumentos e museus é a destruição do espaço, a “perda da essência”, como por exemplo no Castelo de Guimarães, pois *ao se construir uma estrutura está-se a destruir o espaço* (E.7). A cidade de Guimarães recebeu o selo “Tur4All” (E.9) (“*Accessible Portugal*” desenvolveu um projeto nacional, com o apoio de algumas organizações institucionais (Turismo de Portugal), que tem como objetivo fornecer informação sobre a oferta turística acessível existente no país), sendo uma *cidade relativamente plana, permitindo de forma viável fazer o seu percurso a pé para quem tem mobilidade reduzida ou condicionada* (E.9). Alguns dos museus e monumentos da cidade já têm algumas melhorias relativamente à acessibilidade, como por exemplo o Paço dos Duques de Bragança onde se *instalou um elevador e rampas* (E.5) para que as pessoas com mobilidade reduzida o possam visitar de uma forma mais segura e digna. Relativamente aos edifícios do setor público, estes, tendo a *maior parcela de responsabilidade em termos de políticas urbanas e do espaço urbano* (E.8), têm tido a acessibilidade em consideração, uma vez que são infraestruturas construídas mais recentemente.

“O património e a cultura, muitas vezes, têm dificuldade em ultrapassar as barreiras. Em termos de infraestruturas, muitas vezes não se consegue fazer tudo o que desejaria e por isso ainda não se está numa situação ideal. É um processo a longo prazo” (E.11).

d. A acessibilidade a ser considerada

Ainda existem alguns entraves, uma vez que *a Norma ISO 21902: 2021 não se aplica por completo* (E.8). Tal como acontece na cidade de Braga, Guimarães tem *falta*

de casas de banho públicas adaptadas e o comércio local não tem acesso a cadeiras de rodas (E.9). Desta forma, seria necessária a implementação de rampas definitivas ou removíveis, passadeiras rebaixadas, maquetes dos monumentos para cegos ou com a informação em “braille” e criação de locais de tomada e largada de passageiros (E.8/E.9).

“Levar a acessibilidade para o médio e longo prazo, uma vez que o médio e longo prazo já começou, logo as necessidades dessa tipologia de turistas também começaram. Desta forma, podemos até perder alguma procura porque não conseguimos responder a esse tipo de necessidades em termos de acessibilidade, porque ainda se pensa muita na acessibilidade física e não é apenas a acessibilidade física que está em causa” (E.8).

Síntese relativa às políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico

Tabela 8– Síntese relativa às políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico

	Braga	Guimarães
Definição de Turismo Acessível	<i>Turismo integrador (E.4). Envolve processos de igualdade (E.2). Projetado para todos (E.9).</i>	<i>É um tipo de turismo ou atividade turística que está preparada para receber todo o tipo de turistas com as mais variadas limitações (E.8). Os serviços devem estar adaptados ou adequados a todos os tipos de visitante (E.9).</i>
Acessibilidade como uma oportunidade para os destinos turísticos	<i>A acessibilidade é um fator propiciador de desenvolvimento (E.3).</i>	<i>É função de todos tornar o destino acessível ao resolvermos os problemas de acessibilidade (E.7).</i>
De acordo com a Norma ISO 21902: 2021, os destinos turísticos são acessíveis	<i>Cidade parcialmente acessível (E.10). Cidade acolhedora e integradora (E.5).</i>	<i>Depende do local que se visita (E.6). Cidade parcialmente acessível (E.11). “Perda da essência” - ao se construir uma estrutura está-se a destruir o espaço (E.7).</i>
A acessibilidade a ser considerada	<i>Há uma falta de política nacional coordenada (planeamento, pensamento e ação) (E.3).</i>	<i>A Norma ISO 21902: 2021 não se aplica por completo na cidade (E.8).</i>

Fonte: Elaboração própria

5.2.2 Medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães

No que respeita à identificação das medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães, haverá uma análise às medidas adotadas, à formação específica dos colaboradores, às novas tecnologias, ao turismo cultural e aos meios de transporte adaptados

5.2.2.1 Braga

a. Medidas a ser/foram adotadas para que as pessoas com mobilidade reduzida possam usufruir do destino com menos limitações

Apesar das melhorias e adaptações realizadas na cidade de Braga relativamente à acessibilidade nos últimos anos, os participantes apontaram algumas medidas que poderiam ser adotadas no sentido de melhorar o usufruto dos serviços turísticos pelas pessoas com mobilidade reduzida: *sinalização de passadeiras e de zonas de atravessamento; zonas de circulação para as pessoas com mobilidade reduzida; eliminação de barreiras arquitetónicas; maior número de lugares de estacionamento junto aos museus/monumentos; rebaixamento de passeios; rampas de acesso; casas de banho adaptadas; formação continua e serviço ao cliente personalizado; a construção de plataformas de acesso, ao mesmo nível que a carruagem, nas estações de comboio e apeadeiros, diminuindo também a distância entre a carruagem e a plataforma; criação de autocarros com um espaço próprio para cadeira de rodas; e, nas praias fluviais a existência de cadeiras de acesso à água (E.1/E.2/E.3/E.4/E.9/E.10), devendo este trabalho ser feito com o auxílio de associações (E.9).*

Para que seja possível efetuar reais melhorias, no sentido de permitir a este setor da população o usufruto do património cultural e do turismo, há que ter em atenção *quais os percursos e itinerários da visita, analisar a importância atribuída a cada um desses locais, verificar quantas e que tipo de pessoas se deslocam e identificar as suas necessidades (E.12).*

b. Formação específica e competências necessárias nos colaboradores

Relativamente à formação contínua, os colaboradores são uma parte essencial no serviço acessível. Durante as entrevistas, relativamente a este tópico, houve alguma discordância entre os vários participantes, uma vez que alguns dos entrevistados referiram que, apesar de haver empenho por parte dos colaboradores, não há muita formação. No entanto, outros participantes alegaram que existe formação em Turismo Acessível no destino turístico de Braga, oferecida pelo município, com o *objetivo de melhorar o atendimento e a criação de materiais específicos* (E.2).

No caso do Mosteiro de São Martinho de Tibães, *todos os colaboradores que prestam serviço de acolhimento e atendimento ao público têm formação básica* (E.10) nesta área.

“A mentalidade do património cultural e destes edifícios adaptados é uma mentalidade bastante conservadora e há um conjunto de exigências, seguranças e acessibilidade a que obrigam os edifícios e os espaços (locais arqueológicos)” (E.8).

“Relativamente à cultura, a adoção de medidas (parcerias/projetos), que mesmo não sendo de fundo, vão mitigando os problemas existentes e melhorando a acessibilidade física” (E.3).

“Considero que seria necessário mais investimento a nível formativo, mas também de contratação de recursos humanos específicos para fazer face à crescente necessidade específica de cada visitante” (E.10).

c. As novas tecnologias como uma vantagem competitiva

Nos dias de hoje, os *websites* são uma vantagem competitiva para as empresas e destinos turísticos. De acordo com as informações fornecidas pelos vários participantes, os *websites* oficiais do destino turístico Braga ainda *não correspondem a todos os públicos* (E.4), no entanto *há uma certa preocupação com a melhoria e construção dos websites* (E.7). Braga foi o primeiro destino turístico a elaborar *roteiros em relevo para invisuais* (E.2). Relativamente à mobilidade reduzida, Braga tem *visitas virtuais nos websites* (visitbraga.travel e cm-braga.pt) *e na aplicação “smart guide”* (E.2). Os *websites contêm informações úteis sobre os monumentos e museus* (E.3). Alguns museus/monumentos, nos seus *websites*, já têm *um separador próprio que aborda a acessibilidade* (E.10), um exemplo é o *website* do Mosteiro de São Martinho de Tibães. Uma sugestão apresentada pelos participantes para melhorar o serviço dos

websites é a seguinte: *complementar informação em diversas línguas e formatos (escrito e gravações) sobre os meios técnicos e humanos* (E.1).

“Os *websites* são muito utilizados, mas não devem substituir uma visita real, ajudam na informação, mas não substituem a visita” (E.8).

d. A informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais

Relativamente ao Turismo Cultural, ainda há um longo caminho a percorrer. No que diz respeito à informação fornecida pelos monumentos e museus, muitos destes *não têm toda a informação apresentada em diferentes formatos* (E.1), apenas têm alguns *pequenos roteiros em “braille”* e algumas *experiências táteis* (E.3), no entanto estas visitas têm de ser agendadas previamente, uma vez que *muitos dos monumentos e museus da cidade não têm a tempo inteiro colaboradores especializados* (E.3). No caso do Mosteiro de São Martinho de Tibães, este, *tem a informação disponível em vários formatos: papel, áudio, QR Code e uma tradução da informação geral em “braille”* (E.10), dando a possibilidade a todos de obter a informação fornecida pelo mosteiro.

e. Meios de transporte públicos adaptados

Por fim, em relação aos meios de transporte públicos, muitos dos participantes afirmaram que *grande parte dos autocarros do centro da cidade têm plataformas de acesso* (E.2), sendo adaptados às pessoas com necessidades especiais para as ajudar na sua locomoção. Relativamente à informação sobre as paragens, *esta aparece em ecrã, mas não por via sonora* (E.10), dificultando assim a informação para os cegos. Para além dos meios de transporte, existem *circuitos pedonais à volta do centro histórico* (E.4). No que diz respeito aos guias intérpretes de Braga, estes, utilizam transporte particular adaptado no serviço que prestam, e não os transportes públicos, pois o *cliente procura o serviço que lhe proporciona uma melhor experiência* (E.9).

5.2.2.2 Guimarães

a. Medidas a ser/foram adotadas para que as pessoas com mobilidade reduzida possam usufruir do destino com menos limitações

Tal como outro segmento, as pessoas com mobilidade reduzida têm o direito de usufruírem do turismo de uma forma digna e independente. Desta forma, durante a

realização das entrevistas, os participantes indicaram algumas medidas tendo em vista a melhoria do serviço prestado às pessoas com mobilidade reduzida: *articulação entre as várias entidades (pública e privada); casas de banho públicas adaptadas; meios de transporte mais adequados; paragens de transporte com condições mais acessíveis; rampas de acesso; sinalização adequada; elevadores; criação ou adaptação de corredores específicos; passeios rebaixados; e, zonas de estacionamento próprias e próximas dos locais a visitar (E.5/E.6/E.7/E.8/E.9/E.11/E.12).*

b. Formação específica e competências necessárias nos colaboradores

Uma das principais falhas dos destinos turísticos é a falta de colaboradores com formação específica e com as competências necessárias. Relativamente ao destino turístico Guimarães, e de acordo com as informações fornecidas pelos entrevistados, há organizações (como por exemplo o Paço dos Duques de Bragança e a Direção Regional de Cultura do Norte) que fornece formação neste campo aos colaboradores com o objetivo de prestar um melhor serviço a todos os visitantes. Essa formação foi ao *nível da receção, acolhimento e orientação dos visitantes (E.5/E.8)*. No entanto, ainda há uma grande lacuna na formação dos recursos humanos, principalmente no que toca ao património. Uma das principais causas para que isso aconteça é a *falta de apoio financeiro por parte do governo (E.12)*. Para combater essa lacuna, algumas medidas apresentadas foram: *sensibilização das pessoas; procura por formação na área; e, as organizações e a câmara municipal organizarem formação e fornecê-la aos seus colaboradores (E.8/E.11)*.

“É muito difícil recrutar pessoas com competências específicas (assistentes técnicos) para museus/monumentos” (E.8).

c. As novas tecnologias como uma vantagem competitiva

Tal como dito anteriormente, os destinos e empresas turísticas com um *website* acessível, contendo toda a informação necessária e explícita em vários formatos, traz uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, pois permite que as pessoas com deficiência antes de marcarem uma viagem/visita pesquisem sobre o local, tentando obter o máximo de informação. Assim sendo, e de acordo com os dados fornecidos pelos participantes, *há um certo cuidado neste campo, havendo alguma preocupação na melhoria e construção dos websites (E.8)*. Os *websites* oficiais

procuram ter sempre toda a informação disponível em vários formatos (E.7). Relativamente à mobilidade reduzida, existem museus que fazem referência à acessibilidade através dos seus websites (E.11).

d. A informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais

Alguns dos monumentos e museus da cidade de Guimarães desenvolveram projetos com o objetivo de fornecer a informação aos seus visitantes de uma forma mais acessível. No Paço dos Duques de Bragança foi desenvolvido um *QR Code que contém a informação em 4 línguas e formatos (tradução e gravação de áudio) (E.5)*. Em outros monumentos é *utilizado o formato de fácil leitura. O “braille” ainda é pouco utilizado (E.7/E.8/E.9)*.

e. Meios de transporte públicos adaptados

Os meios de transporte públicos continuam a não ser acessíveis a todos, apesar do esforço já realizado. Foi feito um investimento nos transportes públicos, na ligação entre as diferentes freguesias e a cidade de Guimarães, sofrendo, estes, de algumas lacunas relativamente aos horários e às paragens, uma vez que *estas ficam longe dos locais e os horários são precários (E.6)*, ou seja, para as pessoas com deficiência isto torna-se um entrave à sua utilização. Desta forma, uma sugestão apresentada foi o *aumento de horários nos transportes públicos e a melhoria dos locais de tomada e largada de passageiros (E.6)*. É de referir que existem alguns autocarros com rampas de acesso, no entanto, nem todos estão adaptados, visto *os valores para os tornar acessíveis serem elevadíssimos e não haver apoio financeiro por parte das organizações institucionais (E.12)*.

Síntese relativa às medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães

Tabela 9 – Síntese relativa às medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães

	Braga	Guimarães
Medidas a ser/foram adotadas para que as pessoas com mobilidade reduzida possam usufruir do destino com menos limitações	<p><i>Sinalização de passadeiras e de zonas de atravessamento;</i> <i>Zonas de circulação para as pessoas com mobilidade reduzida</i> <i>Eliminação de barreiras arquitetónicas;</i> <i>Maior número de lugares de estacionamento junto aos museus/monumentos;</i> <i>Rebaixamento de passeios;</i> <i>Rampas de acesso;</i> <i>Casas de banho adaptadas;</i> <i>Formação contínua e serviço ao cliente personalizado;</i> <i>Construção de plataformas de acesso, ao mesmo nível que a carruagem, nas estações de comboio e apeadeiros;</i> <i>Diminuição da distância entre a carruagem e a plataforma;</i> <i>Criação de autocarros com um espaço próprio para cadeira de rodas;</i> <i>Nas praias fluviais a existência de cadeiras de acesso à água</i> (E.1/E.2/E.3/E.4/E.9/E.10).</p>	<p><i>Articulação entre as várias entidades (pública e privada);</i> <i>Casas de banho públicas adaptadas</i> <i>Meios de transporte mais adequados</i> <i>Paragens de transporte com condições mais acessíveis;</i> <i>Rampas de acesso;</i> <i>Sinalização adequada; elevadores;</i> <i>Criação ou adaptação de corredores específicos;</i> <i>Passeios rebaixados;</i> <i>Zonas de estacionamento próprias e próximas dos locais a visitar</i> (E.5/E.6/E.7/E.8/E.9/E.11/E.12).</p>
Formação específica e competências necessárias nos colaboradores	<p><i>Os colaboradores vão fazendo cursos (de forma voluntária) que outras entidades promovem (E.3).</i> <i>O Município de Braga tem permitido e facilitado, acesso à formação em Turismo Acessível a diversos serviços, tendo em vista a melhoria no atendimento e criação de materiais específicos (E.2).</i> <i>No caso do Mosteiro de Tibães, todos os funcionários que fazem acolhimento e atendimento ao público têm formação básica nessa área (E.10).</i> <i>Muitos dos monumentos e museus da cidade não têm a tempo inteiro colaboradores especializados (E.3)</i></p>	<p><i>Há uma lacuna na formação dos recursos humanos, por isso deve haver formação contínua (como por exemplo, a formação língua gestual portuguesa) (E.9).</i> <i>A formação foi ao nível da receção, acolhimento e orientação dos visitantes (E.5/E.8).</i> <i>Falta de apoio financeiro por parte do governo (E.12).</i></p>
	<p><i>Os websites oficiais do destino turístico Braga ainda não correspondem a todos os públicos (E.4).</i> <i>Roteiros em relevo para invisuais (E.2).</i></p>	<p><i>Há um certo cuidado neste campo, havendo alguma preocupação na melhoria e construção dos websites (E.8).</i></p>

<p>As novas tecnologias como uma vantagem competitiva</p>	<p><i>Há uma certa preocupação com a melhoria e construção dos websites (E.7).</i></p> <p><i>Já têm um separador próprio que aborda a acessibilidade (E.10)</i></p>	<p><i>Os websites oficiais procuram ter sempre toda a informação disponível em vários formatos (E.7).</i></p> <p><i>Relativamente à mobilidade reduzida, existem museus que fazem referência à acessibilidade através dos seus websites (E.11).</i></p>
<p>A informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais</p>	<p><i>Muitos dos museus/monumentos não têm toda a informação apresentada em diferentes formatos (E.1).</i></p> <p><i>Apenas têm alguns pequenos roteiros em “braille” e algumas experiências táteis (E.3).</i></p> <p><i>No caso do Mosteiro de São Martinho de Tibães, este, tem a informação disponível em vários formatos: papel, áudio, QR Code e uma tradução da informação geral em “braille”(E.10).</i></p>	<p><i>No Paço dos Duques de Bragança foi desenvolvido um QR Code que contém a informação em 4 línguas e formatos (tradução e gravação de áudio) (E.5).</i></p> <p><i>Em outros monumentos é utilizado o formato de fácil leitura. O “braille” ainda é pouco utilizado (E.7/E.8/E.9).</i></p>
<p>Meios de transporte públicos adaptados</p>	<p><i>Grande parte dos autocarros do centro da cidade têm plataformas de acesso (E.2).</i></p> <p><i>O cliente procura o serviço que lhe proporciona uma melhor experiência (E.9).</i></p>	<p><i>Apesar de haver uma melhoria nos transportes, no entanto “está longe” de estar acessível a todos (E.5).</i></p> <p><i>A acessibilidade das freguesias para a cidade teve uma melhoria significativa, mas ainda falta muito principalmente no que toca às paragens e aos horários dos meios de transporte (E.6).</i></p>

Fonte: Elaboração Própria

5.2.3 As tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível

No que diz respeito à identificação das tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível, haverá uma análise em relação à percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visitam os destinos turísticos e, desses, quais o que interessam pelo património, ao grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência e se os destinos turísticos têm em consideração os outros tipos de deficiências.

5.2.3.1 Braga

- a. Percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, os que têm interesse pelo património
- b. Grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nos destinos turísticos

Relativamente às questões (10 e 11) acerca da percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visita o destino e, desses, quais os que mostram interesse no património, e o seu grau de satisfação relativamente à experiência no destino, os participantes, referiram não terem conhecimento acerca dessas questões, uma vez que não existem dados suficientes para essa avaliação. O destino não contabiliza esse tipo de dados. A percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visita o destino, é um *público residual, talvez por inibição das mesmas, rondando 1% a 2%* (E.3). Por fim, relativamente ao grau de satisfação, os participantes apenas referiram que *até ao momento não tiveram qualquer tipo de reclamação* (E.2).

No Mosteiro de São Martinho de Tibães, a percentagem de turistas que o procura é *bastante reduzida, representando apenas 0,5% do valor total de visitantes* (E.10). Os turistas que procuram o mosteiro *demonstram muito interesse*, uma vez que *já possuem conhecimento daquilo que vão ver, através das pesquisas realizadas no website* (E.10).

c. Os destinos turísticos têm em consideração e preocupação pelos tipos de deficiência

Para além da mobilidade reduzida, os serviços turísticos de Braga têm em consideração os outros tipos de deficiência (*acessibilidade física e acessibilidade social* (E.4)), *principalmente para os invisuais e surdos* (E.2), uma vez que foram desenvolvidos projetos para estes tipos de deficiência, como por exemplo os *roteiros em relevo para invisuais* (E.2), como já mencionado.

5.2.3.2 Guimarães

- a. **Percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, os que têm interesse pelo património**
- b. **Grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nos destinos turísticos**

Tal como acontece na cidade de Braga (questões 10 e 11), os participantes não dispõem de dados, uma vez que essa informação não é contabilizada pelo destino turístico. No entanto, o grau de satisfação deverá ser *mediano* (E.11), uma vez que ainda existem lacunas no que respeita à acessibilidade na cidade.

- c. **Grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nos destinos turísticos**

Através dos dados disponibilizados pelos participantes, foi possível perceber que a cidade de Guimarães *tem preocupação por outros tipos de deficiência* (E.6) (como por exemplo, a utilização do *“braille”* em alguns museus da cidade), *no entanto deveriam preocupar-se mais* (E.7). Existem *atividades nos museus, para este tipo de turista, que nem sempre estão disponíveis, não fazendo parte da programação diária, tendo que se fazer um pedido antecipado* (E.11).

“Há atividades específicas que foram desenvolvidas para situações ao nível do serviço educativo, e quando estamos a falar de serviço educativo, não estamos a falar para o público em geral, o serviço educativo trabalha para segmentos específicos, logo o turismo não está envolvido” (E.8).

Síntese relativa às tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível

Tabela 10- Síntese relativa às tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível

	Braga	Guimarães
Percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, os que têm interesse pelo património	<p><i>Público residual, talvez por inibição das mesmas, rondando 1% a 2% (E.3).</i></p> <p><i>No Mosteiro de São Martinho de Tibães, a percentagem de turistas que o procura é bastante reduzida, representando apenas 0,5% do valor total de visitantes. Os turistas que procuram o mosteiro demonstram muito interesse, uma vez que já possuem conhecimento daquilo que vão ver, através das pesquisas realizadas no website (E.10).</i></p>	<p><i>Não tem conhecimento, uma vez que não recolhem esse tipo de dados (E.5/E.6/E.7).</i></p>
Grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nos destinos turísticos	<p><i>Até ao momento não tiveram qualquer tipo de reclamação (E.2).</i></p>	<p><i>O grau de satisfação deverá ser mediano (E.11).</i></p>
Os destinos turísticos têm em consideração e preocupação pelos tipos de deficiência	<p><i>Acessibilidade física e acessibilidade social (E.4).</i></p> <p><i>Principalmente para os invisuais e surdos (E.2).</i></p>	<p><i>Tem preocupação por outros tipos de deficiência (E.6).</i></p> <p><i>No entanto, deveriam preocupar-se mais (E.7).</i></p> <p><i>Existem atividades nos museus, para este tipo de turista, que nem sempre estão disponíveis, não fazendo parte da programação diária, tendo que se fazer um pedido antecipado (E.11).</i></p>

Fonte: Elaboração Própria

5.2.4 Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães

Relativamente à definição de estratégias a implementar no acesso ao património, far-se-á uma análise em relação à acessibilidade no património cultural existente nas duas cidades.

5.2.4.1 Braga

a. Património cultural acessível

Relativamente à acessibilidade no património cultural, a opinião dos participantes está em consonância, a *acessibilidade é tida em conta*, no entanto, *nem todo o património cultural do destino turístico é acessível* (E.4), como por exemplo o Santuário do Bom Jesus do Monte.

O Mosteiro de São Martinho de Tibães, apesar das *barreiras arquitetónicas (escadas, pisos irregulares)*, foi *um dos primeiros do distrito de Braga a ter um grande número de equipamentos e infraestruturas que promovem a acessibilidade* (E.10). Algumas das mudanças foram: a introdução de rampas fixas e removíveis, elevador, casas de banho adaptadas, utilização do “*braille*” e informação em diferentes formatos e línguas.

Algumas estratégias apresentadas pelos entrevistados para melhorar a acessibilidade no património cultural do destino foram: *criação de rampas de acesso e plataformas elevatórias para ultrapassar escadas em edifícios históricos; museus e monumentos com acesso gratuito em determinados dias ou horários* (E.10); *locais de tomada e largada de passageiros com mobilidade reduzida* (E.9); e, criação de *moldes dos monumentos para os invisuais sentirem* (E.12).

“A legislação vai sendo cumprida, vai correspondendo de uma forma gradual e não única. No fundo, vai-se reagindo às necessidades que vão sendo apontadas no quotidiano e aproveitando as oportunidades que vão surgindo” (E.8).

5.2.4.2 Guimarães

a. Património cultural acessível

Tal como acontece na cidade de Braga, a cidade de Guimarães, relativamente ao património cultural, *não está adaptada a todas as situações* (E.8), *depende do local que se visita* (E.5). Uma das principais lacunas na falta de acessibilidade ao património cultural é a ausência de apoio financeiro (público e privado).

“Apesar de ser algo importante e de se ter essa consciência, muitas das vezes os locais não estão acessíveis por não haver apoio financeiro” (E.7).

Na cidade de Guimarães foi criado um *percurso acessível pela Muralha de Guimarães com todos os acessos e ajudas necessárias* (E.7), permitindo a qualquer pessoa usufruir da muralha de uma forma mais segura, independente e digna.

Durante as entrevistas, os participantes apresentaram algumas estratégias que poderiam ser desenvolvidas na cidade de Guimarães com o objetivo de melhorar a acessibilidade: *rampas definitivas ou removíveis; passarelas rebaixadas; maquetes dos monumentos para cegos ou com a informação em “braille”; locais de tomada e largada de passageiros; formação continua aos colaboradores* (E.9); *desenvolver uma aplicação que desse para visitar os museus/monumentos através da realidade aumentada* (E.8) e *aplicação de auscultadores nos museus para que os cegos possam utilizar, ouvindo a informação fornecida* (E.11).

No que refere ao património histórico-cultural, no PRR (Plano de Recuperação e Resiliência), estão a ser desenvolvidos projetos que terão início no próximo ano. Desta forma, e sem perder a “essência” do monumento, o Castelo de Guimarães, tem planos a serem desenvolvidos para uma melhoria na acessibilidade. Um desses planos é a *criação de um percurso com todos os acessos e ajudas permitindo que as pessoas, independentemente das suas limitações e necessidades, consigam fazer a visita de uma forma mais cómoda e segura* (E.8).

“Há lugares que nunca serão acessíveis a todos, que teriam que ficar totalmente transformados e iriam perder o seu interesse” (E.8).

Síntese relativa à definição de estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães

Tabela 11– Síntese relativa à definição de estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães

	Braga	Guimarães
Património cultural acessível	<p><i>A acessibilidade é tida em conta, no entanto, nem todo o património cultural do destino turístico é acessível (E.4).</i></p> <p><i>O Mosteiro de São Martinho de Tibães, apesar das barreiras arquitetónicas (escadas, pisos irregulares), foi um dos primeiros do distrito de Braga a ter um grande número de equipamentos e infraestruturas que promovem a acessibilidade (E.10).</i></p>	<p><i>Não está adaptada a todas as situações (E.8).</i></p> <p><i>Depende do local que se visita (E.5).</i></p> <p><i>Criação de um percurso com todos os acessos e ajudas permitindo que as pessoas, independentemente das suas limitações e necessidades, consigam fazer a visita de uma forma mais cómoda e segura (E.8).</i></p>

Fonte: Elaboração Própria

5.2.5 Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães

Em relação à identificação dos principais monumentos/museus com acessibilidade motora, far-se-á uma análise aos principais monumentos/museus identificados pelos entrevistados.

5.2.5.1 Braga

a. Principais monumentos/museus com acessibilidade motora

De acordo com os entrevistados, os principais monumentos e museus com acessibilidade motora são: o Mosteiro de São Martinho de Tibães (*rampas fixas e removíveis; elevador; casas de banho adaptadas; e, a utilização de um QR Code com a informação fornecida em vários formatos e línguas (E.10)*), o Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa (*tem acesso a todas as divisões; edifício mais recente; elevador; rampa exterior; e, parque de estacionamento: 2 lugares no exterior (E.4)*), o Tesouro-Museu da Sé de Braga (*elevador; e, uma casa de banho adaptada (E.1)*) e o Palácio do Raio (*com acesso a todas as divisões; 1 elevador; rampas; e, casa de banho adaptada (E.2)*).

5.2.5.2 Guimarães

a. Principais monumentos/museus com acessibilidade motora

Na cidade de Guimarães, os principais monumentos e museus com acessibilidade, de acordo com os dados fornecidos pelos participantes, são: Paço dos Duques de Bragança (*rampas; elevador; QR Code com as informações em vários formatos* (E.5)), Muralha de Guimarães (*acesso pedonal acessível* (E.7)), Casa da Memória (*rampas; elevador* (E.6)) e o Centro Internacional das Artes José de Guimarães. Apesar de se ter consciência que se deve implementar a acessibilidade no destino turístico, este ainda precisa de várias melhorias.

Síntese relativa à identificação dos principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães

Tabela 12 - Síntese relativa à identificação dos principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães

	Braga	Guimarães
Principais monumentos/museus com acessibilidade motora	Mosteiro de São Martinho de Tibães; Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa; Tesouro-Museu da Sé de Braga; Palácio do Raio.	Paço dos Duques de Bragança; Muralha de Guimarães; Casa da Memória; Centro Internacional das Artes José de Guimarães.

Fonte: Elaboração Própria

Capítulo 6 – Discussão dos Resultados

Objetivo: Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico

a. Definição de Turismo Acessível

Relativamente à definição de Turismo Acessível, todos os entrevistados, de Braga e Guimarães, definiram Turismo Acessível como um turismo integrador, que dá a possibilidade a todos de usufruírem dos serviços turísticos de uma forma independente. Enquadram-se na perspetiva de Darcy et al. (2010) e Özogul e Baran (2016), uma vez que caracterizam o turismo acessível como um tipo de turismo que permite às pessoas com deficiência, bebés e/ou idosos, usufruir de uma forma equitativa, digna e independente dos vários produtos, serviços e ambientes.

b. Acessibilidade como uma oportunidade para os destinos turísticos

A acessibilidade é vista como uma oportunidade para os destinos turísticos, como um fator importante e estratégico, sendo justificado por Bifulco e Leone (2014) e por Santana-Santana et al. (2020), uma vez que um destino que tenha em consideração a acessibilidade tem uma vantagem competitiva em relação aos outros destinos turísticos. No entanto, a cidade de Braga e de Guimarães ainda se encontram parcialmente acessíveis, sendo este um caminho muito complexo, só concretizável a longo o prazo, tal como mencionado por Rosa et al. (2020).

Porém, as principais melhorias identificadas pelos entrevistados, com o objetivo de permitir a acessibilidade nas duas cidades, estão de acordo com algumas estratégias identificadas por Santana-Santana et al. (2020) presentes na revisão de literatura: criação de casas de banho públicas adaptadas; locais de tomada e largada de passageiros; rampas definitivas ou removíveis; passarelas rebaixadas; e, a informação em “*braille*”, uma vez que é necessário satisfazer as necessidades deste tipo de turista, tal como referem Burnett e Baker (2001).

c. De acordo com a Norma ISO 21902: 2021, os destinos turísticos são acessíveis

Tendo por base a Norma ISO 21902: 2021 (2021), os destinos turísticos para se tornarem mais acessíveis, têm um guia de orientação e medidas a serem implementadas em várias áreas (alojamento, restauração, património, cultura, entre outros) relacionadas com o setor turístico, para que possam oferecer e prestar um melhor serviço. Desta forma, foi possível verificar que as duas cidades de média dimensão em análise, e como anteriormente dito, são parcialmente acessíveis, uma vez que ainda enfrentam várias barreiras que limitam e/ou dificultam a visita de pessoas com deficiências. Estes, deveriam ter conhecimento da Norma e aplicá-la nos vários serviços turísticos. Na minha opinião, as várias organizações deveriam efetuar reuniões com as diversas entidades no sentido de implementar de uma forma efetiva a Norma nos destinos turísticos.

d. A acessibilidade a ser considerada

De acordo com a opinião dos entrevistados, as duas cidades têm em consideração a acessibilidade, tendo desenvolvido vários projetos para prestar e oferecer um melhor serviço a todas as pessoas, tentando sempre proporcionar uma melhor experiência e uma melhor qualidade de vida. Assim sendo, podemos concluir que a opinião dos entrevistados está de acordo com o Decreto-Lei 163/2006 (2006), dado que a acessibilidade é um elemento fulcral para que haja uma boa qualidade de vida. Porém, os destinos turísticos em análise ainda têm de realizar melhorias principalmente ao nível do acesso ao património e à cultura em alguns locais.

Como se pode ver na imagem apresentada, vários dos monumentos da cidade de Guimarães, possuem escadas, o que provoca a limitação ao acesso do património a pessoas com mobilidade reduzida, não dispondo de condições para as receber.

Figura 1- Igreja da Nossa Senhora da Oliveira



Fonte: elaboração própria

Objetivo: Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães

a. Medidas a ser/foram adotadas para que as pessoas com mobilidade reduzida possam usufruir do destino com menos limitações

Segundo Pagán (2012), os destinos turísticos devem tomar medidas no sentido de melhorar o acesso e usufruto de atividades turísticas, recreativas e desportivas. Assim sendo, e a partir da opinião dada pelos entrevistados, podemos verificar que, Braga e Guimarães, apesar das melhorias realizadas ao longo dos anos, ainda necessitam de mais intervenções relativamente às pessoas com mobilidade reduzida, uma vez que estas enfrentam ainda bastantes barreiras. A medida referida mais vezes pelos participantes (7 entrevistados) foi a utilização de rampas de acesso, tanto definitivas como removíveis (caso seja algum monumento classificado de património), seguindo-se a medida de criação de casas de banho públicas adaptadas, uma vez que foi possível verificar a inexistência de casas de banho adaptadas nas duas cidades.

No entanto, tal como mencionado por um entrevistado, este trabalho deve ser realizado com o apoio de associações, pois, são as associações das várias áreas que podem dizer exatamente quais são as necessidades referidas pelas pessoas com

mobilidade reduzida e, eventualmente, ajudar a encontrar soluções. Desta forma, esta afirmação vai de encontro a Biddulph e Scheyvens (2018) presentes na revisão de literatura, uma vez que as pessoas com deficiência devem ser ouvidas.

Para além das medidas apresentadas anteriormente, foi ainda referido por uma guia intérprete certificada a criação de locais de tomada e largada de passageiros próximos dos monumentos/museus a visitar, uma vez que são escassos e as dificuldades agudizam-se quando surgem clientes com algum tipo de deficiência. Desta forma, tal como referido por Rosa et al. (2020) é necessária a criação de percursos acessíveis que contribuam para uma melhoria na inclusão social.

b. Formação específica e competências necessárias nos colaboradores

Para Burnett e Baker (2001) a formação específica dos colaboradores é essencial para um melhor serviço, pois é necessário saber como se agir e atuar quando se entra em contacto com uma pessoa com deficiência, antecipando, assim, as suas necessidades. No entanto, relativamente à formação dos colaboradores nas cidades em análise, esta, ainda é uma barreira, apesar de se verificar a consciencialização da sua importância por parte dos colaboradores e de já se efetuar alguma formação sobre o tema pelas organizações (como mencionado anteriormente, na Direção Regional de Cultura do Norte e no Mosteiro de São Martinho de Tibães). Consequentemente foi identificada como uma das principais medidas a ser implementada nas duas cidades.

Nessa perspetiva, é possível concluir que a formação é uma ferramenta essencial para uma melhor prestação dos serviços. No entanto, são observadas opiniões opostas relativamente à existência ou não de formação nas duas cidades, tornando-se necessária a implementação pelas entidades e a sua divulgação, uma vez que os colaboradores ainda são uma barreira. A análise enquadra-se na crítica apresentada por Loredana et al. (2021) uma vez que a falta de colaboradores especializados conduzem a uma barreira social.

c. As novas tecnologias como uma vantagem competitiva

Em relação às novas tecnologias, é possível verificar a preocupação pela criação e melhoria dos *websites* oficiais dos destinos turísticos (entidades públicas – câmaras municipais) e das empresas/organizações turísticas, pois têm consciência do grande potencial que as novas tecnologias têm nos destinos turísticos.

Neste sentido, os *websites* oficiais das organizações vão sendo melhorados e atualizados ao longo dos tempos, com o objetivo de corresponder ao máximo de necessidades presentes, introduzindo a informação em vários formatos, ou seja, os *websites* dos destinos turísticos estão de acordo com Burnett e Baker (2001), pois todas as estratégias de marketing devem ser desenhadas e implementadas tendo sempre em mente a sociedade em geral.

Relativamente às pessoas com deficiência, e de acordo com Cloquet et al. (2018), as novas tecnologias são cruciais para a participação das pessoas com deficiência na indústria turística, dado que é a partir das tecnologias que se dá o primeiro contacto quando se procura informação sobre o destino e/ou atividades. Neste sentido, Braga desenvolveu visitas virtuais no seu *website* oficial (visitbraga.travel), com o objetivo de dar a conhecer Braga um pouco melhor. No entanto, os *websites* não substituem a visita real aos destinos turísticos.

d. A informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais

Tal como mencionado pela Norma ISO 21902: 2021 (2021), é necessário garantir a acessibilidade nas várias infraestruturas e monumentos culturais, sendo imprescindível a implementação de medidas, como a utilização do “*braille*”, gravações em áudio e fácil leitura, uma vez que os destinos turísticos têm que ter a capacidade de responder a todas as necessidades apresentadas pelos vários tipos de visitante.

Desta forma, e relativamente ao Turismo Cultural nas duas cidades em análise, é possível verificar que, a partir dos dados fornecidos pelos entrevistados, as cidades de Braga e Guimarães (mais em particular), não têm toda a informação apresentada nos diferentes formatos e línguas. É possível concluir que apesar da Norma ISO, com medidas e estratégias que possibilitam um melhor serviço, existem destinos onde a acessibilidade não se verifica, sendo determinante uma estratégia a longo prazo, como mencionado por Rosa et al. (2020).

Porém, com a introdução das novas tecnologias nos destinos turísticos, alguns dos monumentos e infraestruturas das duas cidades desenvolveram o *QR Code* para apresentar a sua informação, como por exemplo no Paço dos Duques de Bragança em Guimarães e no Mosteiro de São Martinho de Tibães em Braga. Essa ferramenta tem

como objetivo fornecer a informação em vários formatos, como por exemplo gravações em áudio e texto, dando a possibilidade de alargar o público-alvo de visitantes.

e. Meios de transporte públicos adaptados

Por fim, relativamente aos meios de transporte públicos adaptados, é possível verificar que os destinos turísticos (Braga e Guimarães) analisados têm em consideração os transportes, uma vez que, estes, são essenciais na deslocação das pessoas entre as freguesias e o centro da cidade, assegurando o enquadramento na Norma ISO 21902: 2021 (2021). Deverá haver uma adaptação nos meios de transporte existentes no destino turístico com o objetivo de facilitar a deslocação das pessoas com deficiência, grávidas, idosos e crianças.

O fator mais vezes identificado pelos entrevistados como uma melhoria foi a aplicação de plataformas de acesso nos transportes públicos (autocarro e comboio). Porém, ainda é necessário um maior investimento, principalmente no que respeita aos horários e locais de tomada e largada de passageiros com deficiência, tendo sido, estas, as principais falhas apresentadas pelos participantes. Desta forma, é possível verificar que as opiniões se enquadram nas medidas identificadas por Zhang e Jiang (2021). É importante realçar também, e como mencionado por um participante, que muitas vezes os transportes públicos não estão adaptados a todo o tipo de pessoa por falta de apoio financeiro.

Objetivo: Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível

a. Percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e os que têm interesse pelo património

Relativamente à percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, quais os que têm interesse pelo património cultural, é necessário destacar que os dois destinos turísticos analisados (Braga e Guimarães) não contabilizam esse tipo de dados, visto ser um público bastante residual (devendo rondar 1% a 2%), talvez por inibição própria ou por sentir que os destinos turísticos não têm como objetivo satisfazer e atender as suas necessidades por completo. Deste modo, é possível concluir que, a partir das opiniões dos participantes, os destinos turísticos

não se enquadram nas investigações de Adam (2019a), Figueiredo et al. (2012) e Gillovic e McIntosh (2020).

A partir dos dados fornecidos pelos participantes em relação ao interesse pelo património cultural, verifica-se que somente os que manifestam muito interesse o visitam, contrariando o que está definido pela Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006 cit in Mastrogiuseppe et al., 2021), que afirma ser fundamental a participação de todas as pessoas, independentemente das suas limitações e capacidades, na atividade cultural.

b. Grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nos destinos turísticos

Tal como aconteceu anteriormente, no que se refere ao grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida nos destinos turísticos (Braga e Guimarães), estes, não contabilizam esse tipo de dados, dizendo apenas que o grau de satisfação é mediano, uma vez que as necessidades apresentadas pelas pessoas com mobilidade reduzida nos destinos não são todas atendidas. Deste modo, é possível concluir que na prática, os destinos turísticos analisados, não se enquadram nas justificações apresentadas por Adam (2019a), Figueiredo et al. (2012) e Gillovic e McIntosh (2020).

c. Os destinos turísticos têm em consideração e preocupação por outro tipo de deficiências (visão, audição e problemas cognitivos)

Apesar das lacunas ainda existentes nos dois destinos turísticos, é possível verificar, a partir dos dados fornecidos e analisados que, estes têm preocupação relativamente a outros tipos de deficiência (visão, audição e problemas cognitivos), tendo sido desenvolvidos alguns projetos no sentido de melhorar o usufruto das atividades turísticas e culturais dirigidas a turistas e residentes. As opiniões são concordantes com Darcy e Dickson (2009), pois o Turismo Acessível fornece às pessoas com deficiência (mobilidade, visão, audição e problemas cognitivos) a possibilidade de usufruírem de uma forma mais independente (com dignidade e equidade) dos serviços e produtos universalmente concebidos.

Um exemplo que se deve realçar, tendo sido identificado por um dos entrevistados, foi o desenvolvimento de roteiros em relevo para invisuais na cidade de Braga.

Objetivo: Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães

a. Património cultural acessível

O património cultural tem um elevado interesse na utilização da acessibilidade, pois tem como propósito melhorar o acesso e participação de todos. Os destinos turísticos ao implementarem a acessibilidade no património cultural têm como objetivo a diminuição das barreiras e obstáculos existentes (Mastrogiuseppe et al., 2021).

Desta forma, ao compararmos a perspetiva de Mastrogiuseppe et al. (2021) com os dados fornecidos pelas entrevistas, é possível verificar que o património existente nas cidades de Braga e Guimarães, apesar das melhorias efetuadas em alguns monumentos e museus (utilização de rampas, elevadores, entre outros), estes, não são completamente acessíveis, dado existirem ainda algumas barreiras, onde se incluem as barreiras arquitetónicas, impossíveis de se “combater”, como por exemplo no Castelo de Guimarães, visto, segundo os inquiridos, “perder a essência”. Se o monumento for património classificado, visto que a cidade de Guimarães foi classificada como Património Cultural da Humanidade e Capital Europeia da Cultura, tal como mencionado por Remoaldo et al. (2017) não é possível realizar grandes alterações arquitetónicas, tendo sido criado pela UNESCO vários procedimentos para controlo do estado de conservação e proteção dos monumentos classificados (Torres-González et al., 2021).

Objetivo: Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães

a. Principais monumentos/museus com acessibilidade motora

Segundo Figueiredo et al. (2012), no caso das pessoas com mobilidade reduzida é necessário incluir instrumentos/projetos que as ajudem a usufruir de toda a experiência apresentada, removendo as barreiras existentes.

Desta forma, e apesar de serem dois destinos turísticos parcialmente acessíveis, as duas cidades têm locais acessíveis para pessoas com mobilidade reduzida. No entanto, as infraestruturas que mais apostam na acessibilidade, tendo sido mais vezes indicadas pelos entrevistados, são o Mosteiro de São Martinho de Tibães, em Braga, e o Paço dos Duques de Bragança, em Guimarães.

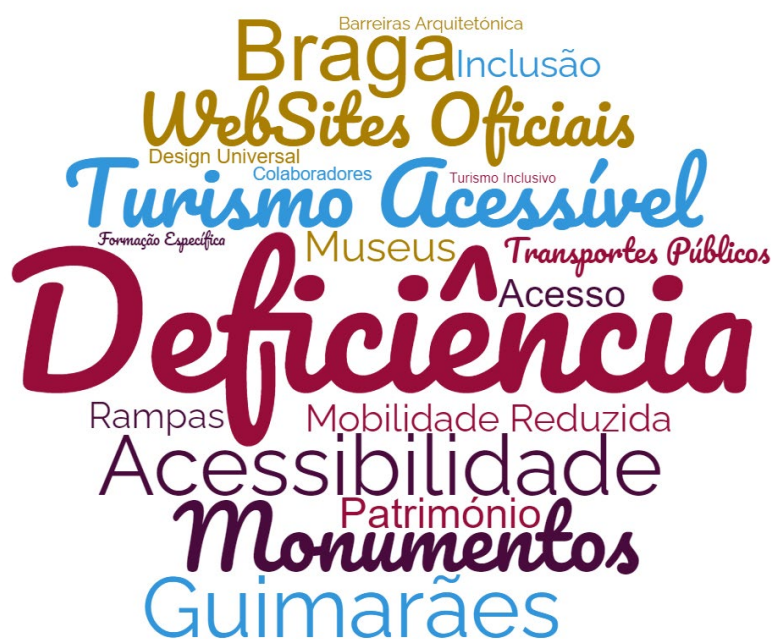
O Mosteiro de São Marinho de Tibães inclui rampas fixas e removíveis, elevador, casas de banho adaptadas e um *QR Code* com a informação em vários formatos e línguas. O Paço dos Duques de Bragança inclui rampas fixas, elevador e um *QR Code* com a informação fornecida em vários formatos.

Em conclusão, é possível constatar que Guimarães e Braga são dois destinos turísticos parcialmente acessíveis, tendo sido identificados, maioritariamente, pelos participantes, apenas dois monumentos/museus com maior nível de acessibilidade (Paço dos Duques de Bragança e o Mosteiro de São Martinho de Tibães), uma vez que ainda enfrentam várias barreiras no que se refere ao usufruto e acesso ao património cultural e turístico, apesar das melhorias realizadas ao longo dos tempos. Deste modo, e como mencionado anteriormente, é possível concluir que, embora na revisão de literatura (Adam, 2019a; Figueiredo et al., 2012; Gillovic & McIntosh, 2020; Özogul & Baran, 2016) tenha sido referido que os destinos turísticos deverão ser acessíveis em toda a sua cadeia, com capacidade para se inovarem, satisfazerem e atenuarem todas as necessidades identificadas pelos seus clientes, encontrando várias soluções, na prática, até ao momento, não foi possível confirmar se foram tomadas as devidas diligências no sentido de colmatarem as necessidades, dado existirem ainda várias

limitações e barreiras em determinadas áreas (meios de transportes, museus e monumentos, comércio local, entre outros) do setor turístico.

Ao longo da análise e discussão dos dados recolhidos, foram-se destacando algumas palavras, com maior nível de importância no tema abordado, tendo sido possível construir uma nuvem de palavras.

Figura 2 – Nuvem de Palavras relacionada com a Acessibilidade no Património



Fonte: Elaboração Própria com WordClouds

Capítulo 7 – Conclusão

7.1 Principais Conclusões

Objetivo: Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.

Relativamente à definição de Turismo Acessível houve uma concordância entre os vários participantes das duas cidades, tendo sido definido Turismo Acessível como um tipo de turismo que oferece a todas as pessoas a possibilidade de usufruir dos serviços, produtos e ambientes concebidos, de uma forma independente. Neste sentido, é possível enquadrar a opinião dos entrevistados na definição de Turismo Acessível apresentada por Darcy et al. (2010) e Özogul e Baran (2016).

A acessibilidade pode ser considerada como uma oportunidade (fator importante e estratégico) para os destinos turísticos, desta forma estão de acordo com Bifulco e Leone (2014), Santana-Santana et al. (2020) e com o Decreto-Lei 163/2006 (2006). No entanto, Braga e Guimarães ainda são dois destinos turísticos parcialmente acessíveis, uma vez que o processo é a longo prazo, tal como enfatizado por Rosa et al. (2020), sendo necessário haver melhorias em alguns aspetos, como a criação de locais de tomada e largada de passageiros e passadeiras rebaixadas, sendo necessário aplicar as medidas e estratégias apresentadas na Norma ISO 21902: 2021 (2021).

Objetivo: Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães.

Apesar de ter havido melhorias nas duas cidades no que se refere à acessibilidade, as pessoas com mobilidade reduzida ainda enfrentam alguns obstáculos. As medidas mais vezes indicadas pelos participantes foram a utilização de rampas de acesso (definitivas ou removíveis) e a criação de casas de banho públicas adaptadas. No entanto, essas melhorias deveriam ser realizadas com o apoio de associações, sendo justificado por Biddulph e Scheyvens (2018). É também necessária a criação de percursos acessíveis até aos monumentos/museus (Rosa et al., 2020).

Relativamente à formação específica e competências necessárias dos colaboradores, a opinião dos participantes enquadra-se na crítica apresentada por Loredana et al. (2021) com ênfase na falta de colaboradores especializados e com as competências necessárias nesta área. Em relação às novas tecnologias nas duas cidades é possível concluir que há uma preocupação no desenvolvimento e melhoria dos *websites* oficiais pelos destinos, introduzindo a informação em vários formatos, permitindo enquadrar o estudo empírico na perspetiva de Burnett e Baker (2001), uma vez que as estratégias de marketing devem ser desenhadas e implementadas tendo sempre em consideração os vários públicos-alvo.

No que se refere ao Turismo Cultural, é possível concluir que, nas duas cidades em análise, nem todos os museus e monumentos têm a informação apresentada em diferentes formatos e línguas. Apesar da Norma ISO 21902: 2021 (2021), com medidas e estratégias definidas, vários destinos ainda não implementaram a acessibilidade em todos os seus serviços e atividades.

No que se refere aos meios de transporte públicos adaptados, é possível concluir que os dois destinos turísticos têm este aspeto em consideração, tendo havido algumas melhorias, de acordo com a Norma ISO 21902: 2021 (2021). No entanto, é notória a falta de apoio financeiro, observando-se falhas identificadas pelos entrevistados, enquadráveis na investigação de Zhang e Jiang (2021).

Objetivo: Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível

No que se refere à percentagem de turistas com mobilidade reduzida que visita os destinos turísticos e, desses, quais os que têm interesse pelo património cultural e o grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida, é possível inferir que os dois destinos não contabilizam esse tipo de dados, visto ser um público bastante residual. Relativamente ao interesse pelo património cultural, apenas os turistas com mobilidade reduzida, com interesses específicos, visitam os monumentos e infraestruturas culturais, não se enquadrando na perspetiva da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006 cit in Mastrogiuseppe et al., 2021), uma vez que a

Convenção destaca a participação e usufruto de todas as pessoas, independentemente das suas limitações e capacidades, na vida cultural.

No que concerne ao grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência, e a partir dos dados fornecidos pelos participantes, é possível concluir que, embora vários autores (Adam, 2019a; Figueiredo et al., 2012; Gillovic & McIntosh, 2020; Özogul & Baran, 2016) tenham mencionado que os destinos turísticos têm a capacidade de se inovar, implementado a acessibilidade em toda a sua cadeia, de forma a satisfazer e atenuar todas as necessidades encontradas pelos seus clientes, na prática, esse resultado ainda não se confirma, dado existirem barreiras nos destinos.

Apesar da existência de algumas barreiras nos destinos turísticos, é possível concluir que os destinos analisados manifestam preocupação relativamente aos outros tipos de deficiência (visão, audição e problemas cognitivos), tendo sido desenvolvidos alguns projetos (como por exemplo, em Braga, roteiros em relevo para invisuais) com o objetivo de melhorar a participação e usufruto nas atividades culturais/turísticas. Neste sentido, é possível enquadrar na perspetiva de Darcy e Dickson (2009).

Objetivo: Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães

Tal como mencionado por Mastrogiuseppe et al. (2021) na revisão de literatura, os destinos turísticos ao implementar a acessibilidade no seu património estão a diminuir as barreiras/obstáculos existentes. Desta forma, e apesar das melhorias realizadas pelos destinos em análise, é possível concluir que o património cultural existente não é completamente acessível, existindo algumas barreiras, principalmente barreiras arquitetónicas. Estas, muitas vezes acontecem devido à questão da “perda da essência” do monumento, principalmente quando este é património classificado, tendo de cumprir vários procedimentos para a sua conservação e proteção (Torres-González et al., 2021).

Objetivo: Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães

Embora os dois destinos turísticos sejam parcialmente acessíveis, estes, têm locais acessíveis para as pessoas com mobilidade reduzida, tendo sido incluídos instrumentos e projetos que ajudam a diminuir as barreiras com o objetivo de melhorar o usufruto de toda a experiência, enquadrando-se na perspetiva de Figueiredo et al. (2012). É possível concluir que as infraestruturas com maior nível de acessibilidade, mais vezes mencionadas pelos participantes, são: o Mosteiro de São Martinho de Tibães, em Braga, e o Paço dos Duques de Bragança, em Guimarães.

7.2 Contributo Prático do Trabalho

A acessibilidade tornou-se, nos tempos atuais, uma das principais questões-chave do turismo. Garante que todos os produtos, serviços e ambientes serão desenvolvidos no sentido de todos os poderem utilizar, saindo beneficiados (Gillovic & McIntosh, 2020). O aumento do envelhecimento da população mundial e o acentuado número de pessoas com necessidades especiais, fomentou a criação de infraestruturas e serviços acessíveis de forma a colmatar as barreiras que impedem o acesso às experiências (Buhalis et al., 2012; Rosa et al., 2020; Švagždienė et al., 2021), sendo este um processo muito complexo, só concretizável a longo prazo (Rosa et al., 2020).

Deste modo, a presente dissertação tem como foco principal analisar a acessibilidade no turismo. O objetivo geral é avaliar a acessibilidade no património histórico-cultural em cidades de média dimensão, focando-se nas cidades de Braga e de Guimarães. Consequentemente, os objetivos específicos são: avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico; identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e de Guimarães; identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível; definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães; e, identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e de Guimarães.

Para se alcançar os objetivos definidos, o desenvolvimento do estudo valorizou uma abordagem metodológica qualitativa, tratando-se de um estudo descritivo exploratório, com base na realização de entrevistas semiestruturadas a representantes de cada cidade, a *stakeholders*, guias intérpretes e associações. Assim sendo, o estudo teve uma amostra de 13 participantes, tendo as entrevistas decorrido presencialmente, por escrito ou via *Zoom*, durante os meses julho, agosto e setembro, que contribuíram para que fosse possível responder aos objetivos definidos.

É importante salientar ainda que, a principal vantagem da presente investigação é a comparação da acessibilidade entre as duas principais cidades da Região do Minho.

7.3 Limitações do Estudo

Neste ponto, o objetivo principal é dar a conhecer as limitações e dificuldades sentidas durante todo o percurso da presente dissertação.

As principais limitações encontradas ao longo do presente estudo, focaram-se principalmente no agendamento das entrevistas e na obtenção dos dados pretendidos.

Relativamente ao agendamento das entrevistas, deve-se principalmente à ausência de respostas aos e-mails enviados por parte de possíveis participantes no estudo, principalmente na cidade de Guimarães, especialmente o setor público. No entanto, apesar desta dificuldade, foi possível obter dados suficientes para se realizar uma análise composta em relação às duas cidades.

Por fim, em relação aos dados pretendidos, sentiu-se uma dificuldade em obter dados contabilísticos, em relação à percentagem de turistas com mobilidade reduzida, aos que têm interesse pelo património e ao seu grau de satisfação, uma vez que, como é um público bastante reduzido, os municípios e organizações não procedem à recolha destes dados.

7.4 Recomendações para Estudos Futuros

O presente tópico tem como principal objetivo recomendar futuras investigações dentro da temática abordada, podendo dar continuidade à presente investigação, utilizando outro tipo de abordagem metodológica, ou mesmo aplicar noutras cidades de média dimensão.

Como dito anteriormente, o agendamento das entrevistas foi um desafio, uma vez que nem todas as entidades se mostraram recetivas à investigação. Posto isto, uma recomendação para uma futura investigação seria a aplicação de entrevistas a uma maior diversidade de organizações e entidades ligadas ao património histórico-cultural das cidades, como museus e organizações do setor público.

Seria ainda relevante aferir a procura de turistas com mobilidade reduzida que visita o património histórico-cultural das cidades de média dimensão. As entidades deveriam contabilizar estes dados para uma melhor avaliação das temáticas em análise.

Adicionalmente, também seria interessante aplicar este estudo em relação a outro tipo de deficiência (visão, audição ou problemas cognitivos) e tentar identificar as limitações e barreiras que estes encontram ao usufruir do turismo e do património histórico-cultural.

Referências Bibliográficas

- Adam, I. (2019a). Accommodators or non-accommodators? A typology of hotel frontline employees' attitude towards guests with disabilities. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 22–31. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.010>
- Adam, I. (2019b). Drivers of physical accessibility among hotels. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 30(4), 560–571. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1651356>
- Adeloye, D., Carr, N., & Insch, A. (2020). Conducting qualitative interviews on sensitive topics in sensitive places: The case of terrorism and tourism in Nigeria. *Tourism Recreation Research*, 45(1), 69–79. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1656872>
- Agovino, M., Casaccia, M., Garofalo, A., & Marchesano, K. (2017). Tourism and disability in Italy. Limits and opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 23, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.05.001>
- Alina, Z. (2014). Accessibility of Tourism Space from a Geographical Perspective. *Turyzm / Tourism*, 24(1), 1–6.
- Almeida, A. S. A. de, & Pinto, R. (2017). Religiosidade e turismo: O primado da experiência. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12, 615–627. <https://doi.org/10.1590/1981.81222017000200019>
- Alves, L. (2011). *Centro Histórico de Guimarães*. Comissão Nacional da UNESCO. <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-mundial-em-portugal/centro-historico-de-guimaraes>
- Aragall, F. (2003). *ECA, European concept for accessibility technical assistance manual*. EuCAN.
- Austin, S., Duncan, K., Goggin, G., MacDowall, L., Pardo, V., Paterson, E., Brown, J. J., Collett, M., Cook, F., Hadley, B., Hood, K., Kapuscinski-Evans, J., McDonald, D., McNamara, J., Mellis, G., Sifis, E., & Sulan, K. (2018). *The last avant garde?* Routledge Handbooks Online. <https://doi.org/10.4324/9781351254687-20>
- Bakker, M., & Messerli, H. R. (2017). Crescimento inclusivo versus crescimento pró-pobres: Implicações para o desenvolvimento do turismo. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 384–391. <https://doi.org/10.1177/1467358416638919>
- Baptista, A., Martins, J., Gonçalves, R., Branco, F., & Rocha, T. (2016). *Web accessibility challenges and perspectives: A systematic literature review* (p. 6). <https://doi.org/10.1109/CISTI.2016.7521619>

- Barron, L., & Gauntlett, E. (2002). Housing and sustainable communities indicators project, stage 1 report: Model of social sustainability. *Western Australian Council of Social Services*.
- Batra, A. (2009). Senior Pleasure Tourists: Examination of Their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197–212. <https://doi.org/10.1080/15256480903088105>
- 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. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1755295>
- Bertacchini, E. E., & Saccone, D. (2012). Toward a political economy of World Heritage. *Journal of Cultural Economics*, 36(4), 327–352. <https://doi.org/10.1007/s10824-012-9169-3>
- Bertacchini, E., Liuzza, C., & Meskell, L. (2017). Shifting the balance of power in the UNESCO World Heritage Committee: An empirical assessment. *International Journal of Cultural Policy*, 23(3), 331–351. <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1048243>
- Bessa, A. (2019). *Estratégia de Turismo de Braga*. Associação Comercial de Braga.
- Bessièrè, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Best, S. (2010). *Leisure Studies: Themes and Perspectives*. <https://doi.org/10.4135/9781446212066>
- Biddulph, R., & Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tourism Geographies*, 20(4), 583–588. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1486880>
- Bifulco, G. N., & Leone, S. (2014). Exploiting the Accessibility Concept for Touristic Mobility. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 111, 432–439. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.076>
- Bitušíková, A. (2021). Cultural heritage as a means of heritage tourism development. *Muzeológia a Kultúrne Dedičstvo*, 9(1), 81–95. <https://doi.org/10.46284/mkd.2021.9.1.5>
- Blichfeldt, B. S., & Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: Not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 14(1), 79–102. <https://doi.org/10.1080/13683500903370159>
- Bortolotti, E., & Mastrogiuseppe, M. (2019). *Accessibilità ai siti culturali per la disabilità intellettuale: Metodologie, tecnologie e processi di adattamento*. <http://hdl.handle.net/11368/2954254>

- Bos, R., & Temme, R. (2014). A Roadmap towards Sustainable Mobility in Breda. *Transportation Research Procedia, Complete*(4), 103–115. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2014.11.009>
- Bowtell, J. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: A focus on major travel and leisure companies. *Journal of Tourism Futures, 1*(3), 203–222. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0012>
- Branco, F., Pereira, L., Gonçalves, R., & Martins, J. (2021). Web Accessibility on Online Platforms for the Tourism Sector in Portugal. *2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–6. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476671>
- Brodeala, L. (2020). *Online Recommender system for Accessible Tourism Destinations* (p. 791). <https://doi.org/10.1145/3383313.3411450>
- Buhalis, D., Darcy, S., & Ambrose, I. (2012). Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism. *undefined*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Best-practice-in-accessible-tourism-%3A-inclusion%2C-Buhalis-Darcy/9f9431daea3f1270c211c223006484ed9ca22443>
- Buhalis, P. D., & Darcy, D. S. (2010). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Channel View Publications.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). *Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer*. <https://doi.org/10.1177/004728750104000102>
- Burns, N., Paterson, K., & Watson, N. (2009). An inclusive outdoors? Disabled people's experiences of countryside leisure services. *Leisure Studies, 28*(4), 403–417. <https://doi.org/10.1080/02614360903071704>
- Butler, R. (2006). The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1: Applications and Modifications. Em *The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410278>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review, 62*(2), 6–13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Câmara Municipal de Braga. (sem data-a). *Viver / Cultura e Património / Valorização Patrimonial / Património Cultural*. Câmara Municipal de Braga. Obtido 7 de fevereiro de 2022, de <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/viver/cultura-e-patrimonio/valorizacao-patrimonial/patrimonio-cultural>

Câmara Municipal de Braga. (sem data-b). *Viver / Inovação / Plano Estratégico para o Desenvolvimento*. Obtido 12 de abril de 2022, de <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/viver/inovacao/plano-estrategico-para-o-desenvolvimento>

Carvalho-Freitas, M., & Marques, A. (2007). A diversidade através da história: A inserção no trabalho de pessoas com deficiência. *Organizações & Sociedade*, 14, 59–78. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302007000200003>

Chang, Y.-C., & Chen, C.-F. (2012). Meeting the needs of disabled air passengers: Factors that facilitate help from airlines and airports. *Tourism Management*, 33(3), 529–536. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.002>

Cheablam, O., Tansakul, P., Nantakat, B., & Pantaruk, S. (2021). Assessment of the Geotourism Resource Potential of the Satun UNESCO Global Geopark, Thailand. *Geoheritage*, 13(4), 87. <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00609-0>

Chouinard, V., Hall, E., & Wilton, R. (2010). *Towards enabling geographies «disabled» bodies and minds in society and space*. Ashgate. <http://site.ebrary.com/id/10376602>

Clark, M. A., Clark, M., Riley, M., Wood, R. C., & Wilkie, E. (1998). *Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism*. International Thomson Business Press.

Cloquet, I., Palomino, M., Shaw, G., Stephen, G., & Taylor, T. (2018). Disability, social inclusion and the marketing of tourist attractions. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 221–237. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1339710>

Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411–424. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0022>

Couto, D. R. V. (2019). *Valorização histórica e arquitetónica de espaços residenciais: As casas Modernas de Braga (séculos XVI-XVIII): proposta de dinamização cultural e turística* [Dissertação de mestrado em Património e Turismo Cultural, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>

Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13(4), 309–320. <https://doi.org/10.1080/01490409109513147>

Cui, L., Shao, X., Mago, B., & Ravi, R. V. (2021). Digital intangible cultural heritage management using deep learning models. *Aggression and Violent Behavior*, 101680. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101680>

Daniels, M., Rodgers, E., & Wiggins, B. (2005). «Travel Tales»: An interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical

disabilities. *Tourism Management*, 26, 919–930.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.010>

Darcy, S. (1998). *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a Physical Disability*.

Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010a). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515.

Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010b). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537.
<https://doi.org/10.1080/09669581003690668>

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. <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32>

Darcy, S., & Pegg, S. (2011). Towards Strategic Intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 468–476. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.09.009>

Das, S. C., & Rudra, R. K. (2015). *Tourism Accessibility for Disabled Travellers: An Optimistic Concept on Tourism Industry in Bangladesh*. 4(10), 13.

Decreto-lei nº 163/2006 do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. (2006). Diário da República: I Série, nº 152/2006. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/163/2006/08/08/p/dre/pt/html>

Decreto-lei nº 74/2005 do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. (2004). Diário da República: I Série, nº 61/2007. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/74/2007/03/27/p/dre/pt/html>

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. Sage.

Despacho Normativo nº 10/2019 do Gabinete da Secretária de Estado do Turismo. (2019). Diário da República: II Série, nº 68. <https://dre.pt/dre/detalhe/despacho-normativo/10-2019-122014628>

Domínguez Vila, T., Alén González, E., & Darcy, S. (2019). Accessible tourism online resources: A Northern European perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), 140–156. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1478325>

Domínguez Vila, T., Darcy, S., & Alén González, 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(C), 261–272.

Duarte, S. (2021). *Turismo Acessível e Inclusivo*. Turismo de Portugal.

- Dwyer, L., Gill, A., & Seetaram, N. (2012). *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches*. Edward Elgar Publishing.
- Eckert, C., & Pechlaner, H. (2019). Alternative Product Development as Strategy Towards Sustainability in Tourism: The Case of Lanzarote. *Sustainability, 11*(13), Art. 13. <https://doi.org/10.3390/su11133588>
- Edusei, A. K., Aggrey, S. M., Badu, E., & Opoku, M. P. (2015). Accessibility and Participation of Persons with Disabilities in Tourism: Perspective of Tourism Workers in the Ashanti region of Ghana. *Disability, CBR & Inclusive Development, 26*(3), Art. 3. <https://doi.org/10.5463/dcid.v26i3.431>
- Elam, G., & Fenton, K. A. (2003). Researching sensitive issues and ethnicity: Lessons from sexual health. *Ethnicity & Health, 8*(1), 15–27. <https://doi.org/10.1080/13557850303557>
- European Best Destinations. (2021a). *Best places to travel in 2021*. Europe's Best Destinations. <http://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2021/>
- European Best Destinations. (2021b). *Tourism in Braga, Portugal*. Europe's Best Destinations. <http://www.europeanbestdestinations.com/destinations/braga/>
- Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2017). Social tourism programmes for the senior market: A benefit segmentation analysis. *Journal of Tourism and Cultural Change, 15*(1), 59–79. <https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1117093>
- Eusébio, C., Silveiro, A., & Teixeira, L. (2020). *Website accessibility of travel agents: An evaluation using web diagnostic tools*. <https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1117093>
- Fernández-Díaz, E., Correia, M. B., & Matos, N. de. (2021). Portuguese and Spanish DMOs' Accessibility Apps and Websites. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 16*(4), Art. 4. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040050>
- Figueiredo, E., Eusébio, C., & Kastenholz, E. (2012). How Diverse are Tourists with Disabilities? A Pilot Study on Accessible Leisure Tourism Experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research, 14*(6), 531–550. <https://doi.org/10.1002/jtr.1913>
- Flamarich, M., & Duro, J. A. (2014). Turismo de negocios (eventos) en España: Análisis y perspectivas. *Papers de Turisme, 49–50*, Art. 49–50.
- Gillovic, B., & McIntosh, A. (2015). Stakeholder perspectives of the future of accessible tourism in New Zealand. *Journal of Tourism Futures, 1*(3), 223–239. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2015-0013>

- Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda. *Sustainability*, *12*(22), Art. 22. <https://doi.org/10.3390/su12229722>
- Gillovic, B., McIntosh, A., Darcy, S., & Cockburn-Wooten, C. (2018). Enabling the language of accessible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *26*(4), 615–630. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377209>
- Gonçalves, R., Martins, J., & Branco, F. (2014). A Review on the Portuguese Enterprises Web Accessibility Levels – A Website Accessibility High Level Improvement Proposal. *Procedia Computer Science*, *27*, 176–185. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.02.021>
- Haid, M., & Albrecht, J. N. (2021). Sustainable Tourism Product Development: An Application of Product Design Concepts. *Sustainability*, *13*(14), Art. 14. <https://doi.org/10.3390/su13147957>
- Halkiopoulou, C., Georgiadi, M., Gkintoni, E., & Plexousakis, S. (2020). E-Accessibility Policy for Social Inclusion of Persons with Disabilities in Tourism Marketing. Case Study from Regional Hotel Units in Greece. *Technium Social Sciences Journal*, *8*, 651–656. <https://doi.org/10.47577/tssj.v8i1.578>
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Hashimov, E. (2015). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and The Coding Manual for Qualitative Researchers. *Technical Communication Quarterly*, *24*(1), 109–112. <https://doi.org/10.1080/10572252.2015.975966>
- Hayhoe, S. (2018). Inclusive capital, human value and cultural access: A case study of disability access at Yosemite National Park. Em *O Manual Routledge de artes, cultura e mídia para pessoas com deficiência*.
- Hemalatha, J., Roseline, S. A., Geetha, S., Kadry, S., & Damaševičius, R. (2021). An Efficient DenseNet-Based Deep Learning Model for Malware Detection. *Entropy*, *23*(3), Art. 3. <https://doi.org/10.3390/e23030344>
- Hillman, W., & Radel, K. (Eds.). (2018). *Qualitative Methods in Tourism Research: Theory and Practice*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781845416416>
- Hollinshead, K. (2004). Ontological craft in tourism studies: The productive mapping of identity and image in tourism settings. Em *Qualitative Research in Tourism*. Routledge.
- Huber, D. (2019). A life course perspective to understanding senior tourism patterns and preferences. *International Journal of Tourism Research*, *21*(3), 372–387. <https://doi.org/10.1002/jtr.2268>

- Huber, D., Milne, S., & Hyde, K. F. (2018). Constraints and facilitators for senior tourism. *Tourism Management Perspectives*, 27, 55–67. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.003>
- Hunter-Jones, P. (2004). Young people, holiday-taking and cancer—An exploratory analysis. *Tourism Management*, 25(2), 249–258. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00094-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00094-3)
- Instituto Nacional para a Reabilitação. (2020). *Design Universal*. <https://www.inr.pt/design-universal>
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural tourism*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4522.6323>
- Jones, M. (2003). The Concept of Cultural Landscape: Discourse and Narratives. Em H. Palang & G. Fry (Eds.), *Landscape Interfaces: Cultural Heritage in Changing Landscapes* (pp. 21–51). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-0189-1_3
- Kadi, J., Plank, L., & Seidl, R. (2019). Airbnb as a tool for inclusive tourism? *Tourism Geographies*, 0(0), 1–23. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1654541>
- Kazeminia, A., Del Chiappa, G., & Jafari, J. (2015). Restrições de viagem dos idosos e suas estratégias de enfrentamento. *Journal of Travel Research*, 54(1), 80–93. <https://doi.org/10.1177/0047287513506290>
- Kim, W. G., Stonesifer, H. W., & Han, J. S. (2012). Accommodating the needs of disabled hotel guests: Implications for guests and management. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1311–1317. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.03.014>
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652–664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>
- Kotter, J. P. (1998). A mudança de liderança: Por que os esforços de transformação falham. Em *Gestão e Marketing de Museus*.
- Kuempel, C. D., Simmons, B. A., & Davey, M. (2022). Assessing the status of existing and tentative marine World Heritage areas reveals opportunities to better achieve World Heritage Convention goals. *Journal of Environmental Management*, 304, 114276. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.114276>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100434>

Lamas, S. A., & Júnior, S. M. (2021). Indicadores de sustentabilidade inclusiva para meios de hospedagem: *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), Art. 2. <https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.4658>

Lamas, S. A., & Nascimento, E. D. (2021). O debate sobre acessibilidade e sustentabilidade no turismo pela governança turística de Socorro, São Paulo, Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), Art. 2. <https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.4643>

Leavy, P. (2014). *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. Oxford University Press.

Lee, C. B. (2020). Qualitative analysis of cultural tourism websites of municipalities in Taiwan. *Information Technology for Development*, 26(1), 38–53. <https://doi.org/10.1080/02681102.2017.1412290>

Leidner, D. R. (2006). *Tourism accessible for all in Europe*. 8.

Leslie, D., & Sigala, M. (2005). *International cultural tourism: Management, implications and cases*. Elsevier Butterworth Heinemann. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=166265>

Levine, J. (2020). A century of evolution of the accessibility concept. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 83, 102309. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102309>

Liasidou, S., Umbelino, J., & Amorim, É. (2019). Revisiting tourism studies curriculum to highlight accessible and inclusive tourism. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 19(2), 112–125. <https://doi.org/10.1080/15313220.2018.1522289>

Limbado, B. (2021). *O Impacto da COVID-19 no Turismo e na Hotelaria da Região Norte* [Dissertação de mestrado em Direção Hoteleira – Direção Comercial e Marketing, Escola Superior de Hotelaria e Turismo - Instituto Politécnico do Porto]. RECCIP. <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/18186>

Liu, Z., Wang, A., Weber, K., Chan, E. H. W., & Shi, W. (2022). Categorisation of cultural tourism attractions by tourist preference using location-based social network data: The case of Central, Hong Kong. *Tourism Management*, 90, 104488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104488>

Loredana, V., Cornelia, P., Diana, M., & Ioan, P. (2021). Accessible Tourism. *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 23(1), 258–264.

Madeira, S., Branco, F., Gonçalves, R., Au-Yong-Oliveira, M., Moreira, F., & Martins, J. (2021). Accessibility of mobile applications for tourism—Is equal access a reality?

Universal Access in the Information Society, 20(3), 555–571.
<https://doi.org/10.1007/s10209-020-00770-3>

Malafaia. (1997). *Pelourinho de Braga*. Património Cultural.
<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/73931>

Mary, E.-U., Kong, T. I. W., & Wan, Y. K. P. (2020). Senior Travelers to Integrated Resorts: Preferences, Consuming Behaviors and Barriers. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(3), 297–319. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1659209>

Mastrogiuseppe, M., Span, S., & Bortolotti, E. (2021). Improving accessibility to cultural heritage for people with Intellectual Disabilities: A tool for observing the obstacles and facilitators for the access to knowledge. *Alter*, 15(2), 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.alter.2020.06.016>

Maxim, C., & Chasovschi, C. E. (2021). Cultural landscape changes in the built environment at World Heritage Sites: Lessons from Bukovina, Romania. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100583. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100583>

McCabe, S., & Diekmann, A. (2015). The rights to tourism: Reflections on social tourism and human rights. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 194–204. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1049022>

McIntosh, A. J. (2004). Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand. *Tourism Management*, 25(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00058-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00058-X)

Mendes, B. C., & Paula, N. M. de. (2008). A hospitalidade, o turismo e a inclusão social para cadeirantes. *Revista Turismo em Análise*, 19(2), Art. 2. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v19i2p329-343>

Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2013). *Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.001>

Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: The world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 179–188. <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2015-0043>

Minayo, M. C. de S., & Costa, A. P. (2018). Fundamentos Teóricos das Técnicas de Investigação Qualitativa. *Revista Lusófona de Educação*, 40(40), Art. 40. <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/6439>

Mustaquim, M. M. (2015). A Study of Universal Design in Everyday Life of Elderly Adults. *Procedia Computer Science*, 67, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.249>

- Nigg, J. J., & Eichelberger, S. (2021). Sustainable Product Development for Accessible Tourism: Case Studies Demonstrating the Need for Stakeholder Collaboration. *Sustainability*, *13*(20), Art. 20. <https://doi.org/10.3390/su132011142>
- Nikitina, O., & Vorontsova, G. (2015). Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *214*, 845–851. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.736>
- Nimrod, G. (2008). In support of innovation theory: Innovation in activity patterns and life satisfaction among recently retired individuals. *Ageing & Society*, *28*(6), 831–846. <https://doi.org/10.1017/S0144686X0800706X>
- Nostrand, C., Sivaraman, V., & Pinjari, A. R. (2013). Analysis of long-distance vacation travel demand in the United States: A multiple discrete–continuous choice framework. *Transportation*, *40*(1), 151–171. <https://doi.org/10.1007/s11116-012-9397-6>
- Obolentseva, L., Andrenko, I., Uhodnikova, O., Pokolodna, M., Ryabev, A., & Viatkin, K. (2020). Specific aspects of the state regulation of the national market inclusive tourism. *E3S Web of Conferences*, *164*, 07003. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016407003>
- Otoo, F. E., & Kim, S. (Sam). (2020). Analysis of studies on the travel motivations of senior tourists from 1980 to 2017: Progress and future directions. *Current Issues in Tourism*, *23*(4), 393–417. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1540560>
- Özogul, G., & Baran, G. G. (2016). Accessible tourism: The golden key in the future for the specialized travel agencies. *Journal of Tourism Futures*, *2*(1), 79–87. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0005>
- Pagán, R. (2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of Tourism Research*, *39*(3), 1514–1537. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.005>
- Panzer, E., Graaff, T., & Groot, H. L. F. (2021). European cultural heritage and tourism flows: The magnetic role of superstar World Heritage Sites. *Papers in Regional Science*, *100*(1), 101–122. <https://doi.org/10.1111/pirs.12562>
- Patterson, I. R. (2006). *Growing Older: Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults*. CABI.
- Picken, F. (2006). From Tourist Looking-glass to Analytical Carousels: Navigating Tourism through Relations and Context. *Current Issues in Tourism*, *9*, 158–170. <https://doi.org/10.1080/13683500608668245>
- Pinto, P. C., Assunção, H., & Rosa, M. P. (2020). Senior Tourists’ Perceptions of Tactile Paving at Bus Stops and in the Surrounding Environment: Lessons Learned from Project

- ACCES4ALL. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(4), 413–421. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150401>
- Ponciano, V., Pires, I., Fernando, R., Ribeiro, F., & Garcia, N. (2021). *Mobile application for Inclusive Tourism*. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476276>
- Portugal, S., Martins, B. S., Ramos, L. M., Hespanha, P., Alves, J., & Fidalgo, J. (2011). *Estudo de avaliação do impacto dos custos financeiros e sociais da deficiência: Relatório final* [Report]. Centro de Estudos Sociais. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/42479>
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: In search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Raj, R., Griffin, K., & Morpeth, N. D. (2013). Cultural Tourism. *CABI*. <https://www.cabi.org/bookshop/book/9781845939236/>
- Ramos, V., Ruiz-Pérez, M., & Alorda, B. (2021). A Proposal for Assessing Digital Economy Spatial Readiness at Tourism Destinations. *Sustainability*, 13(19), Art. 19. <https://doi.org/10.3390/su131911002>
- Reed, M., Graves, A., Dandy, N., Posthumus, H., Hubacek, K., Morris, J., Prell, C., Stringer, L. C., & Quinn, C. H. (2009). Who's in and why?: A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management. *Journal of Environmental Management*, 90(5), 1933–1949. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2009.01.001>
- Remoaldo, P. C. A., Santos, J. F., Ribeiro, J. C., & Vareiro, L. (2011). *Potenciais impactos para Guimarães do acolhimento da Capital Europeia da Cultura 2012: Uma análise baseada em experiências anteriores*. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>
- Remoaldo, P. C. A., Vareiro, L. C., & Ribeiro, J. C. (2017). Changes in the Guimarães visitors` profile and the city attributes perceptions in the post hosting of the 2012 European Capital of Culture. *Tourism & Management Studies*, 13(4), 43–53.
- Remoaldo, P. C., Ribeiro, J. C., Vareiro, L., & Santos, J. F. (2014). Tourists` perceptions of world heritage destinations: The case of Guimarães (Portugal). *Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 206–218. <https://doi.org/10.1177/1467358414541457>
- Ribeiro, M. (2008). *Braga entre a época romana e a Idade Moderna: Uma metodologia de análise para a leitura da evolução da paisagem urbana* [Tese de doutoramento em Arqueologia, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>

- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44, 1049–1066.
- Rola, M., Malheiro, A., & Sousa, B. (2018). O papel da imagem dos eventos culturais na construção da marca de um destino turístico: O caso do evento «Braga Romana»: The role of cultural events image in the construction of the touristic destination brand: «Braga Romana» case study. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 33, 1–21. <https://doi.org/10.18089/DAMeJ.2018.33.1>
- Roquette, F. (sem data). *Guimarães: Estratégia Turísticas 2019/2029*. Bloom Consulting.
- Rosa, M. P., Pinto, P. C., & Assunção, H. (2020). An Evaluation of the Universal Accessibility of Bus Stop Environments by Senior Tourists. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(6), 835–840. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150606>
- Rosa, M. P., Tavares, I. L., & Loureiro, N. S. (2020). Cultural accessible pedestrian ways. The case of Faro historic centre. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3(2), Art. 2.
- Salazar, N. B. (2012). *Shifting values and meanings of heritage: From cultural appropriation to tourism interpretation and back* (pp. 21–41).
- Sandell, R., Dodd, J., & Garland-Thomson, R. (2010). *Re-Presenting Disability: Activism and Agency in the Museum*. <https://doi.org/10.4324/9780203521267>
- Santana-Santana, S. B., Peña-Alonso, C., & Pérez-Chacón Espino, E. (2020). Assessing physical accessibility conditions to tourist attractions. The case of Maspalomas Costa Canaria urban area (Gran Canaria, Spain). *Applied Geography*, 125, 102327. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102327>
- São João de Braga. (sem data). São João de Braga—História. *São João de Braga*. Obtido 7 de fevereiro de 2022, de <https://www.saojoaobraga.pt/sao-joao-de-braga-historia/>
- Sasaki, R. K. (2002). *TERMINOLOGIA SOBRE DEFICIÊNCIA NA ERA DA INCLUSÃO*. 17.
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589–609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>
- Serre, D. L. (2008). *Who is the senior consumer?*, in *Conference Proceedings, International Marketing Trends Conference, Venice, Italy, (2008)*. https://www.academia.edu/2061372/Who_is_the_senior_consumer_in_Conference_Proceedings_International_Marketing_Trends_Conference_Venice_Italy_2008_
- Shea, E. C., Pavia, S., Dyer, M., Craddock, G., & Murphy, N. (2016). Measuring the design of empathetic buildings: A review of universal design evaluation methods. *Disability*

- and Rehabilitation: Assistive Technology*, 11(1), 13–21. <https://doi.org/10.3109/17483107.2014.921842>
- Shi, L., Cole, S., & Chancellor, H. C. (2012). Understanding leisure travel motivations of travelers with acquired mobility impairments. *Tourism Management*, 33(1), 228–231. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.007>
- Sica, E., Sisto, R., Bianchi, P., & Cappelletti, G. (2021). Inclusivity and Responsible Tourism: Designing a Trademark for a National Park Area. *Sustainability*, 13(1), Art. 1. <https://doi.org/10.3390/su13010013>
- Silva, H. E., & Henriques, F. M. A. (2021). The impact of tourism on the conservation and IAQ of cultural heritage: The case of the Monastery of Jerónimos (Portugal). *Building and Environment*, 190, 107536. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2020.107536>
- Silverstein, M., & Parker, M. G. (2002). Atividades de lazer e qualidade de vida entre os idosos mais velhos da Suécia. *Research on Aging*, 24(5), 528–547. <https://doi.org/10.1177/0164027502245003>
- Šiurkutė, R. (2012). *Judėjimo negalios asmenų požiūris į gaunamas socialines paslaugas*. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/119609>
- Smith, R. W. (1987). Leisure of disable tourists: Barriers to participation. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 376–389. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90109-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90109-5)
- Švagždienė, B., Perkumienė, D., & Dagytė, R. (2021). Prieinamo turizmo neįgaliesiems su judėjimo negalia vertinimas: Patirtis ir galimos kliūtys. *Public Policy and Administration*, 20(3), Art. 3. <https://doi.org/10.5755/j01.ppaa.20.3.27510>
- Talen, E. (2002). Pedestrian Access as a Measure of Urban Quality. *Planning Practice & Research*, 17(3), 257–278. <https://doi.org/10.1080/026974502200005634>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1220049>
- Torres-González, M., Prieto, A. J., Alejandre, F. J., & Blasco-López, F. J. (2021). Digital management focused on the preventive maintenance of World Heritage Sites. *Automation in Construction*, 129, 103813. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2021.103813>
- Tverijonaite, E., Ólafsdóttir, R., & Thorsteinsson, T. (2018). Accessibility of protected areas and visitor behaviour: A case study from Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 24, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.09.001>
- UNESCO World Heritage. (2019). *World Heritage Information Kit*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/activities/567/>

- United Nations. (2019). *Promoting accessible tourism for all / United Nations Enable*. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>
- United Nations Enable. (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD)*. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>
- Urbaniak, B. (2016). W kierunku „srebrnej gospodarki” – konieczność czy szansa na rozwój. *Studia Prawno-Ekonomiczne, XCVIII*, 275–291.
- Urfali, F., & Aras, L. (2019). Measuring Social Sustainability with the Developed MCSA Model: Güzelyurt Case. *Sustainability, 11*, 2503. <https://doi.org/10.3390/su11092503>
- Uysal, M., Li, X., & Sirakaya-Turk, E. (2008). Push–pull dynamics in travel decisions. Em *Manual de Gestão de Marketing Hoteleiro*.
- Vallance, S., Perkins, H. C., & Dixon, J. E. (2011). What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum, 42*(3), 342–348. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.01.002>
- Vasconcelos, C., Vareiro, L., & Sousa, B. (2018). Novos cenários e desafios para (o turismo em) Guimarães. *European Journal of Applied Business Management, 116–130*.
- Vergori, A. S., & Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience. *Tourism Management, 78*, 104058. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104058>
- Vila, T., Alén González, E., & Darcy, S. (2019). Accessible tourism online resources: A Northern European perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 19*(2), 140–156. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1478325>
- Visit Portugal. (2013a). *Guimarães*. <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/guimaraes>
- Visit Portugal. (2013b). *Visitar Braga*. <https://www.visitportugal.com/pt-pt/node/73738>
- Widiyastuti, D., & Ermawati, H. (2019). Travel Motivation Factors of Elderly in Yogyakarta City: Push and Pull Factors. *undefined*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Travel-Motivation-Factors-of-Elderly-in-Yogyakarta-Widiyastuti-Ermawati/f0421150743dfec7d758c8c2ac6637467c7d31ed>
- Wielewicki, P. F. (2011). O estudo das marcas territoriais em prol do desenvolvimento turístico: O caso de Guimarães, capital europeia da cultura em 2012. *Caderno Virtual de Turismo, 11*(1), Art. 1. <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/542>

- World Health Organization. (2019). *Disability*. <https://www.who.int/health-topics/disability>
- World Health Organization, & Bank, W. (2011). *World report on disability 2011*. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/44575>
- Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. *Journal of Destination Marketing & Management*, *13*, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.003>
- Zajac, A. P. (2016). *City accessible for everyone. Improving accessibility of public transport using the universal design concept*. https://www.academia.edu/24686199/TRA_2016_City_accessible_for_everyone_Improving_accessibility_of_public_transport_using_the_universal_design_concept
- 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. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2015-0015>
- Zhang, W., & Jiang, L. (2021). Effects of High-Speed Rail on Sustainable Development of Urban Tourism: Evidence from Discrete Choice Model of Chinese Tourists' Preference for City Destinations. *Sustainability*, *13*(19), Art. 19. <https://doi.org/10.3390/su131910647>
- Zielińska-Szczepkowska, J. (2021). What Are the Needs of Senior Tourists? Evidence from Remote Regions of Europe. *Economies*, *9*(4), Art. 4. <https://doi.org/10.3390/economies9040148>
- Zsarnoczky, D. M. (2017). Accessible tourism in the European Union. *6 th Central European Conference in Regional Science – CERS, 2017*. https://www.academia.edu/43524491/Accessible_tourism_in_the_European_Union

Anexos

Anexos I – Estrutura da Entrevista

- Questionário Sociodemográfico:

Organização: _____

Nome: _____

Idade: _____ Género: _____ Habilitações Literárias: _____

Função: _____

Objetivo 1: Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.

1. O que entende por Turismo Acessível?
2. Os aspetos associados à acessibilidade podem ser vistos como oportunidades para os destinos turísticos? Porquê?
3. De acordo com a Norma ISO 21902:2021, considera que o destino turístico (Guimarães/Braga) é um destino acessível?
4. De acordo com os projetos desenvolvidos ao nível do turismo na cidade de Guimarães/Braga, a acessibilidade está a ser considerada? Caso não esteja, o que poderia ser melhorado?

Objetivo 2: Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Guimarães e de Braga.

5. Que medidas são/podem ser adotadas, relativamente às pessoas com mobilidade reduzida, de forma a usufruírem do destino com menos limitações?
6. Os colaboradores têm formação específica e as competências necessárias para prestar um melhor serviço a este segmento turístico (pessoas com mobilidade reduzida)? Caso de não as tenham, que medidas considera importantes para que as adquiram?
7. Na atualidade, as novas tecnologias representam uma vantagem competitiva para as empresas e destinos. Os websites oficiais têm informação adequada a pessoas com mobilidade reduzida? Em caso de resposta negativa, que sugestões de melhoria propõe?

8. Relativamente ao Turismo Cultural, a informação fornecida nos monumentos e infraestruturas culturais (museus, por exemplo), está apresentada em diferentes formatos (gravações, fácil leitura ou “*braille*”)?
9. Na cidade de Guimarães/Braga, existem meios de transporte adaptados a qualquer tipo de pessoa, independentemente das suas capacidades, permitindo-lhes uma deslocação mais fácil entre o centro histórico/património cultural? No caso de a resposta ser negativa, o que considera importante melhorar?

Objetivo 3: Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível.

10. Qual a percentagem, aproximadamente, de turistas com mobilidade reduzida que visita o destino? E nesses, quais os que mostram interesse relativamente ao património?
11. Qual o grau de satisfação das pessoas com mobilidade reduzida relativamente à sua experiência nas cidades de Guimarães/Braga, tendo em conta as especificidades das suas necessidades?
12. Para além da mobilidade reduzida, o destino turístico tem algum tipo de preocupação relativamente à acessibilidade para os outros tipos de deficiência (visão, audição e problemas cognitivos)?

Objetivo 4: Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Guimarães e Braga

13. O património cultural do destino turístico é acessível a qualquer pessoa? Caso isso não aconteça, que estratégias, a partir da legislação existente, poderiam ser desenvolvidas

Objetivo 5: Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Guimarães e de Braga.

14. Identifique os principais monumentos/museus com acessibilidade motora na cidade de Guimarães/Braga.

Anexo II – Consentimento Informado

No âmbito da Dissertação de Mestrado, realizada no Mestrado em Gestão do Turismo, pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo, do Instituto Politécnico do Porto, solicita-se a sua participação nesta entrevista, relativa à temática da Acessibilidade no Turismo, em particular no âmbito da acessibilidade no património histórico-cultural nas cidades de Guimarães e de Braga, com os seguintes objetivos:

- ✓ **Objetivo 1:** Avaliar as políticas urbanas em termos de acessibilidade ao património e ao destino turístico.
- ✓ **Objetivo 2:** Identificar as medidas de acessibilidade adotadas nas cidades de Braga e Guimarães.
- ✓ **Objetivo 3:** Identificar as tipologias da procura enquadradas no Turismo Acessível.
- ✓ **Objetivo 4:** Definir estratégias a implementar no acesso ao património, nas cidades de Braga e Guimarães.
- ✓ **Objetivo 5:** Identificar os principais monumentos/museus com acessibilidade motora nas cidades de Braga e Guimarães.

Desde já, agradecendo a sua disponibilidade para contribuir para este projeto de investigação, solicita-se que responda a cada uma das questões, aproximando-se, o mais possível, da realidade presente na entidade. A entrevista consiste em cerca de 14 perguntas e permanecerá em anonimato, sendo utilizada unicamente para fins académicos.

Declaro ter lido e compreendido este documento. Foi-me garantida a possibilidade de recusar participar neste estudo, sem qualquer tipo de consequências. Desta forma, aceito participar neste estudo e permito a utilização dos dados que, de forma voluntária, forneço, confiando em que apenas serão utilizados para esta investigação e nas garantias de confidencialidade e anonimato que me são dadas pelo(a) investigador (a).

Nome: _____

Assinatura: _____

Data: ___ / ___ / _____