

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – RELAÇÕES PÚBLICAS**

ISRAELA FIGUEIREDO DA SILVA

**ACESSIBILIDADE E TURISMO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA “TURISMO ADAPTADO”
ATRAVÉS DE SEU SITE**

PORTO ALEGRE

2018

ISRAELA FIGUEIREDO DA SILVA

ACESSIBILIDADE E TURISMO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA “TURISMO ADAPTADO”

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Cristina Cypriano Pereira.

PORTO ALEGRE

2018

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado **ACESSIBILIDADE E TURISMO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA “TURISMO ADAPTADO”**, de autoria de Israela Figueiredo da Silva, estudante do curso de Relações Públicas, desenvolvido sob minha orientação.

Porto Alegre, 13 de junho de 2018.

Assinatura:

Prof^a. Dr^a. Ana Cristina Cypriano Pereira

ISRAELA FIGUEIREDO DA SILVA

ACESSIBILIDADE E TURISMO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA “TURISMO ADAPTADO”

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Cristina Cypriano Pereira

Aprovado pela banca examinadora em _____ de _____ de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a Ana Cristina Cypriano Pereira – UFRGS
Orientadora

Prof^a. Dr^a. Enoi Dago Liedke – UFRGS
Avaliadora

Prof^a. Dr^a. Helenice Carvalho – UFRGS
Avaliadora

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial minha mãe, Adriana, e minha avó, Beatriz, que são meus exemplos de mulheres fortes e independentes e sempre me apoiaram e incentivaram a superar meus limites e ir além. Tudo que eu sou hoje é reflexo da educação que vocês me deram e das oportunidades que vocês me proporcionaram. Obrigada por me darem asas para voar e motivos para voltar.

À minha orientadora, Ana Cypriano, pela paciência e interesse em me ajudar, não só durante a monografia, mas desde o início do meu encanto pela acessibilidade. Embora exista escassez de material sobre o tema, através de sua orientação pude ampliar meus conhecimentos e contribuir, por meio deste trabalho, para a bibliografia sobre turismo e acessibilidade.

À minha mãe, novamente, por ter introduzido o tema acessibilidade em minha vida e me instigado a pesquisar mais sobre o assunto, fazendo com que surgisse em mim o interesse de escrever sobre pessoas com deficiência.

Ao meu namorado, Thiago, pela paciência, pelas xícaras de café, pelos lanches feitos com muito amor e por toda a compreensão nos finais de semana de escrita.

Obrigada!

“Não deve haver limites para o esforço humano. Somos todos diferentes.”

Stephen Hawking

RESUMO

A inclusão de pessoas com deficiência é um fenômeno que vem acontecendo ao longo do tempo, ainda que de maneira lenta e gradativa. O ramo do turismo, por consequência, deve acompanhar esse processo, de maneira que consiga proporcionar lazer para todas as pessoas, não somente para uma parcela delas. Este trabalho pretende compreender a maneira como se dá o turismo para as pessoas com deficiência, isto é, se existe acessibilidade para esse público específico. Assim, o problema de pesquisa abordado na monografia foi avaliar se *existe acessibilidade comunicacional para inclusão de pessoas com deficiência no turismo*. Para isso, foi realizado um estudo de caso através da análise de uma agência de turismo acessível, por meio do site da organização. A partir da contextualização da deficiência, com base nas ideias de Sassaki (2006) e Aranha (2001), foi possível identificar aspectos importantes que serviram de base para fundamentar o segundo capítulo e a análise. Os conceitos de Kunsch (2003), Mota (2001) e Pereira (2011) permitiram que fosse abordado o turismo e a comunicação como aliados em prol da acessibilidade, além de possibilitar um olhar sobre a organização e seus públicos. Por fim, para colocar em prática o que foi estudado nos capítulos teóricos, Santos Filho (2010) e Ferrari (2011) deram subsídio para a construção da metodologia. O turismo pode e deve ser explorado a fim de se tornar acessível para que pessoas com deficiência possam desfrutar do lazer assim como as demais pessoas, e a acessibilidade deve acompanhar esse processo de inclusão. A comunicação, por fim, também se torna responsável, uma vez que deve utilizar de práticas e estratégias em prol da melhoria nas condições do turismo para pessoas com deficiência, além de fazer o uso de veículos de informação para alcançar um número significativo de pessoas.

Palavras-chave: Pessoas com Deficiência. Acessibilidade. Turismo Acessível. Comunicação. Inclusão.

ABSTRACT

The inclusion of people with disabilities is a phenomenon that has been happening over time, albeit slowly and gradually. The tourism sector, therefore, must follow this process, so that it can provide leisure for all people, not only for a portion of them. This work intends to understand the way in which tourism is given to people with disabilities, that is, if there is accessibility for this specific public. Thus, the research problem addressed in the monograph was to assess whether there is communicational accessibility for the inclusion of people with disabilities in tourism. For this, a case study was carried out through the analysis of an accessible tourism agency, through the organization's website. Based on the ideas of Sasaki (2006) and Aranha (2001), it was possible to identify important aspects that served as the basis for the second chapter and the analysis. The concepts of Kunsch (2003), Mota (2001) and Pereira (2011) allowed tourism and communication to be tackled as allies in favor of accessibility, as well as allowing a look at the organization and its audiences. Finally, to put into practice what was studied in the theoretical chapters, Santos Filho (2010) and Ferrari (2011) gave subsidy for the construction of the methodology. Tourism can and should be explored in order to make it accessible so that people with disabilities can enjoy leisure as well as other people, and accessibility must accompany this process of inclusion. Communication also becomes responsible, since it must use practices and strategies to improve the conditions of tourism for people with disabilities, as well as making use of information vehicles to reach a significant number of people.

Keywords: People with Disabilities. Accessibility. Affordable Tourism. Communication. Inclusion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pessoa com deficiência física visitando o centro histórico de Salvador	27
Figura 2 – Pessoa com deficiência visual visitando museu do futebol	28
Figura 3 – <i>Home Page</i> Turismo Adaptado	40
Figura 4 – <i>Home Page</i> Turismo Adaptado	40
Figura 5 – Matérias sobre acessibilidade	41
Figura 6 – Divulgação de consultorias para lazer e turismo	42
Figura 7 – Blog de notícias sobre acessibilidade.....	43
Figura 8 – Post sobre cruzeiro acessível.....	44
Figura 9 – Exemplos de Pessoas com deficiência divulgados no site.....	45
Figura 10 – Logo do site Turismo Adaptado.....	48

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	CONTEXTUALIZANDO A DEFICIÊNCIA	13
2.1	TIPOS DE DEFICIÊNCIA	17
2.2	ACESSIBILIDADE	21
2.2.1	Acessibilidade no Turismo	26
3	TURISMO E COMUNICAÇÃO	31
4	ACESSIBILIDADE E TURISMO: ESTUDO DE CASO DO SITE “TURISMO ADAPTADO”	37
4.1	METODOLOGIA	37
4.2	ANÁLISE.....	39
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
	REFERÊNCIAS	56

1 INTRODUÇÃO

Durante muito tempo as pessoas com deficiência enfrentaram dificuldades em relação à sua inclusão na sociedade. No entanto, mesmo com o passar do tempo, essa inclusão ainda não ocorre de maneira significativa em todos os campos que circundam a vida das pessoas com deficiência. Se comparado com um passado recente, essa situação já avançou muito, visto que a exclusão de pessoas com deficiência na escola, no trabalho, no lazer e, muitas vezes, dentro do próprio convívio familiar se deu de maneira explícita nos séculos passados. Possuir uma deficiência sempre significou um grande obstáculo para o desenvolvimento desses sujeitos na sociedade em todos os campos das suas vidas.

Atualmente, o cenário – no que se refere às pessoas com deficiência – vem mudando, motivo pelo qual esses sujeitos podem se sentir mais integrados em sociedade. Em contrapartida, ainda não se alcançou um patamar de igualdade, embora temas como a inclusão e a acessibilidade venham sendo cada vez mais abordados e debatidos, com o objetivo de garantir os direitos básicos dos cidadãos, direitos esses até então negados a essas pessoas.

As pessoas com deficiência vêm constituindo um segmento diferenciado e significativo da sociedade, uma vez que esse público está indo atrás de seus direitos não só com o objetivo de buscar uma maior participação social, mas também para interagir nas diferentes áreas que compreendem a atuação cidadã. É preciso que as pessoas com deficiência tenham as mesmas condições de acesso que os demais sujeitos em sociedade, a fim de que essa parcela da população possa ter os mesmos direitos de qualquer cidadão para, dessa forma, construir sua identidade a partir de suas próprias experiências.

Nesse contexto, as pessoas com deficiência procuram autonomia e vão em busca de seus direitos. Assim, deve-se pensar em maneiras de adaptar os locais, a comunicação, os processos, enfim, tudo aquilo que os permita ter acesso à educação, ao trabalho e ao lazer – este último sendo foco de interesse deste estudo, visto que a inclusão apenas será igualitária na medida em que for aplicada em todas as instâncias, sem exclusões.

Para tornar essas mudanças possíveis, é necessário mobilizar toda a sociedade para que se compreenda a importância da igualdade de direitos e, principalmente, da acessibilidade nos locais de turismo, uma vez que o lazer é tão importante quanto qualquer outra atividade. Com relação ao turismo, o contexto social brasileiro no qual a pessoa com deficiência está inserida não está adaptado para receber todos os públicos, configurando-se como espaços que, na maioria das vezes, acabam por excluir esses sujeitos, ao invés de dar suporte e proporcionar um lazer acessível.

Os profissionais do turismo devem acompanhar a discussão e adaptar suas formas de trabalho a todas as pessoas, proporcionando um turismo realmente acessível. Tendo em vista a realidade que cerca as pessoas com deficiência e a importância social do tema, este trabalho propõe a reflexão acerca do turismo acessível e busca responder o seguinte problema de pesquisa: *existe acessibilidade comunicacional para a inclusão de pessoas com deficiência no turismo?* Isto é, questiona-se se a mesma se faz presente, de fato, através da comunicação.

Ademais, o estudo busca contribuir para o campo acadêmico no que tange à acessibilidade no turismo, além de trazer mais informações a respeito do assunto e compreender de que modo ocorre o turismo que é oferecido pela agência analisada. Diante disso, o trabalho tem como objetivo geral *identificar como a agência se comunica com esse público específico*.

Com o intuito de responder à pergunta problema deste estudo – se *existe acessibilidade comunicacional para inclusão de pessoas com deficiência no turismo* –, buscou-se, como objetivos específicos:

- Verificar se o site da agência é acessível para pessoas com deficiência visual;
- Analisar se a proposta de turismo acessível abordado na teoria é, de fato, colocada em prática pelo site da agência analisada.

Dessa forma, foi utilizado o método de estudo de caso e a pesquisa bibliográfica, a fim de cumprir, através do site analisado, os objetivos geral e específicos elencados acima.

Este trabalho possui a introdução como primeiro capítulo, apresentando uma breve apresentação do assunto e os objetivos do estudo. Assim, o segundo capítulo apresenta a contextualização da deficiência de forma abrangente, iniciando por um

breve histórico do tema e seguido pelos tipos de deficiência que serão analisados posteriormente. Além disso, aborda a definição de acessibilidade como um todo e, por fim, concentra-se na acessibilidade especificamente no turismo, elencando destinos turísticos acessíveis no Brasil. Neste capítulo são utilizados, entre outros, os autores Aranha (2001) e Sasaki (2006).

O terceiro capítulo aborda turismo e comunicação, apresentando a definição de turismo, a importância dos públicos de uma organização e a responsabilidade da comunicação mediante o turismo que temos atualmente e o turismo que deveríamos ter. Autores como Mota (2001), Kunsch (2003) e Pereira (2011) dão subsídio para tais considerações.

No quarto capítulo são detalhados os processos metodológicos utilizados durante a pesquisa e é apresentada a análise das informações coletadas, tendo como embasamento teórico autores como Santos Filho (2010) e Ferrari (2011). Os conceitos vistos anteriormente são retomados com o objetivo de associá-los às reflexões obtidas através da análise da organização escolhida.

Por fim, seguem as considerações finais de acordo com o que foi visto e o fechamento do trabalho. Nessa parte, recuperamos os objetivos geral e específicos a fim de compreender se, de fato, os mesmos foram alcançados com a pesquisa realizada.

A escolha do tema se deu através da motivação pessoal sobre o assunto, pois sempre houve a curiosidade de compreender a acessibilidade e contribuir, de certa forma, para a realidade das pessoas com deficiência. Além disso, a participação em monitorias na Universidade ligadas às pessoas com deficiência e a realização de cursos envolvendo o tema sempre permearam a vida acadêmica da autora, assim como o turismo sempre lhe despertou interesse, tendo como consequência a conciliação dos dois assuntos e a elaboração deste trabalho.

2 CONTEXTUALIZANDO A DEFICIÊNCIA

O movimento de inclusão da pessoa com deficiência é um produto de nossa história. No entanto, é preciso apreender seu significado real para que se possa efetivá-lo como instrumento de transformação na sociedade (ARANHA, 1995). Nesse sentido, este capítulo tem por finalidade propor a reflexão acerca do tema, assim como elencar os tipos de deficiência que serão abordados neste trabalho e, por fim, explicar o conceito de acessibilidade, desde suas fases iniciais até o modo como ela está sendo vista atualmente.

As pessoas com deficiência foram ganhando espaço ao longo dos anos. Na antiguidade, eram vistas como uma espécie de “sub-humano”, sendo que o destino delas era serem abandonadas ao relento até a morte. Já na Idade Média, o indivíduo diferente e não produtivo ganha o “status” de humano, já que, com o cristianismo, passa a ser reconhecido como possuidor de alma, gradativamente sendo assumido pela família e pela Igreja (ARANHA, 2000).

Em seguida, com a Revolução Burguesa e o avanço da medicina, a deficiência passou a ser vista não mais como problema moral e teológico, mas sim como um problema médico, entretanto a atitude da sociedade em relação à pessoa com deficiência era de intolerância e punição. A ideologia da normalização foi um dos produtos desse momento histórico, como um “[...] conjunto de ideias que refletem as necessidades sociais e aspirações de indivíduos atípicos na sociedade.” (BRADDOCK, 1977, p. 4). A normalização representa, portanto, a necessidade de inclusão da pessoa com deficiência na sociedade e visa a auxiliar a mesma a adquirir as condições e os padrões mais próximos da vida cotidiana das demais pessoas. Essa ideologia deu suporte ao movimento de integração social da pessoa com deficiência, responsável pela retirada de indivíduos das instituições tradicionais e pela implantação de programas comunitários de serviços para atender as necessidades desse público.

Nesse ponto, cabe destacar que compreender o contexto histórico nos auxilia a entender como se desenvolveu o processo (ou a tentativa) de integração de pessoas com deficiência na sociedade. Atualmente, porém, mesmo com toda a informação disponível através dos livros e da internet, a sociedade ainda não sabe como lidar com

a inclusão, visto que a maior parte das pessoas não aprendeu ao menos como se referir a pessoas com deficiência.

São usados termos como “deficientes”, “pessoas portadoras de necessidades especiais”, “pessoas com necessidades especiais”, “pessoas portadoras de deficiência”, entre tantos outros, quando o termo correto para se referir a essas pessoas é “pessoas com deficiência”. As formas de tratamento de pessoas com deficiência devem ser levadas – e muito – em consideração, pois nelas implica-se toda a visão que a sociedade constrói a respeito desses sujeitos. Segundo Goffman (1988), à medida que o discurso atribui às pessoas com deficiência uma série de atributos – tais como “aleijado” e “retardado” –, isso aumenta a discriminação sobre elas, rotulando a diferença e lhes atribuindo características estigmatizantes.

O respeito e o tratamento com o próximo, a paciência com pessoas que não se locomovem com rapidez e as atitudes adequadas são muito importantes para o bem estar dessas pessoas, que muitas vezes não se sentem bem-vindas quando não há infraestrutura e valores atitudinais para recebê-los. Outro fator importante que deve ser levado em consideração é que cada pessoa com deficiência possui suas próprias características pessoais e, diante disso, deve receber auxílio diferenciado. Não podemos ter os mesmos procedimentos para receber pessoas com deficiência física em pessoas com deficiência visual, por exemplo, porque, embora ambos possuam limitações, estas são específicas e diferentes umas das outras, portanto precisam de adaptações diferentes.

O lazer também se constitui em um direito, visto que é indispensável para o equilíbrio entre corpo e mente de um ser humano, pois é o momento onde não existe trabalho, problemas ou estresse, é quando fazemos somente o que queremos. Segundo Araújo (2011, p. 60): “Não seria possível imaginar a vida do indivíduo com deficiência sem o mínimo de lazer. Esse direito se revela, desde as práticas esportivas, até mesmo a frequência em locais públicos, como cinemas, museus, teatros, estádios esportivos etc.”.

É reconhecido pela ONU o direito de pessoas com deficiência participarem de atividades culturais, de turismo e de lazer, portanto cabe a todas as pessoas analisar se isso está sendo, de fato, cumprido, e de que forma isso está sendo feito. Ou seja, o que

os órgãos públicos, as prefeituras das cidades e a própria sociedade estão fazendo em prol dessa mudança.

A seccional paulista da Associação Nacional da Indústria de Hotéis (ABIH-SP) desenvolveu, em parceria com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), um programa de sensibilização e capacitação sobre as necessidades físicas e sensoriais que clientes e funcionários apresentam. Trata-se de verificar quais os hotéis são acessíveis para pessoas com deficiência, de forma que, através da análise desse programa, é concedido o Selo de Acessibilidade e Inclusão Social para todos os hotéis que cumprirem as regras de atendimento a pessoas com deficiência. Esse selo representa um diferencial para os hotéis que o possuem e se torna uma maneira de fazer com que os locais queiram se adaptar para receber esse outro tipo de público, ganhando mais visibilidade. Além disso, de acordo com pesquisas realizadas recentemente, existe um grande potencial de consumidores com deficiência para o turismo.

Já avançamos muito, mas ainda há muito que evoluir para tornar todos os lugares acessíveis, não só no que se refere ao turismo, mas também para a vida diária de muitas pessoas que vivem em regiões que ainda são pouco amigáveis em relação à acessibilidade. A exclusão da pessoa com deficiência inviabiliza, para indivíduos com deficiência, o trato das diferenças enquanto elementos constitutivos da própria natureza humana (ARANHA, 2010).

Com o advento dos meios de informação, a disseminação do conhecimento se tornou algo mais acessível para todos, servindo de ferramenta democrática para disseminação de informação, além de dar voz e oportunidade para todos se expressarem rapidamente e com um alcance significativo. Com isso, pode-se dizer que a internet é um instrumento poderoso a favor do processo de inclusão social. Uma pessoa que tem acesso à informação é capaz de dar sua opinião, argumentar em prol do que pensa e propor melhorias para a sociedade e para o meio no qual está inserido. Mas somente a interação online e o material existente na rede não são suficientes para conscientizar as pessoas sobre a importância da igualdade em nossa sociedade.

Segundo Kiefer e Carvalho (2013, p. 5), “[...] não bastam instalações e equipamentos, como se abordará, mas devem ser removidas as barreiras que impedem

que as pessoas com deficiência participem com segurança, em igualdade de condições com as demais pessoas, das atividades.”. Isso significa que incluir pessoas com deficiência é muito mais do que proporcionar rampas e banheiros acessíveis, vai além da infraestrutura, e é um assunto que precisa ser tema de debate, trabalhado dia após dia com a comunidade em geral. Logo, é preciso conhecer a realidade das pessoas com deficiência para entendê-la e encontrar meios de solucionar as barreiras existentes. Muitos não têm conhecimento das necessidades que as pessoas podem ter e do que os produtos turísticos, por exemplo, podem oferecer para atendê-las.

Todavia também é necessário acabar com os estereótipos e os rótulos que são colocados nas pessoas que não estão dentro do “padrão” aceito pela sociedade, e a mídia é uma forte aliada para modificarmos essa situação.

Segundo Kanner (1964), Braddock (1977), Bradley (1978) e Rubin e Roessler (1978), o governo federal dos EUA, já no início do século, começou a reconhecer sua responsabilidade no cuidado ao deficiente, no que se refere às necessidades de educação e de treinamento. Entretanto, reconhecê-la era uma coisa, assumi-la era outra bem diferente. (ARANHA, 1995, p. 67).

Em relação à inclusão, a sociedade deve saber que seu papel é fundamental para a melhoria desse processo, pois consiste em receber as pessoas com deficiência, inseri-las no meio em que vivem e apresentá-las uma melhor qualidade de vida (muitas vezes diferente da que possuem hoje). A aceitação da pessoa com deficiência começa pela própria família, e a sociedade vem logo em seguida nesse processo. A sociedade, por sua vez, precisa se sentir responsável por intermediar esse processo, fazendo com que haja uma comunicação mais ampla que chegue para todos, estabelecendo relações de proximidade com esse público. Autonomia e independência são condições básicas para viver sem depender de outras pessoas, e, na ausência dessas condições, a pessoa com deficiência se torna um ser humano sem o próprio domínio no ambiente físico, social e até mesmo atitudinal. Ter o poder pessoal de poder fazer escolhas, tomar decisões e ter certa independência faz parte do processo de empoderamento, assim como está relacionado com o fato de ser independente e/ou ter autonomia (SASSAKI, 2006).

As políticas públicas também possuem sua parcela de responsabilidade, pois estabelecem as diretrizes que orientam decisões a partir das quais se realizam ações,

tanto públicas quanto privadas, em busca de um determinado objetivo. Desse modo, deve haver uma supervisão, a fim de garantir que as políticas públicas estimulem e permitam a inserção de pessoas com deficiência em meio à sociedade como sujeitos igualmente responsáveis pelo desenvolvimento do país. Ademais, é necessário que ocorra o incentivo e o estímulo a uma sociedade mais igualitária, sem nenhum tipo de preconceito.

Segundo Kiefer e Carvalho (2013, p. 8): “Todo o esforço deve ser feito para se inserir nas políticas de turismo a necessidade de acessibilidade.”. Com o advento das tecnologias, houve o aumento da expectativa de vida, fator que faz com que as pessoas vivam mais e de maneira melhor. Sendo assim, fica evidente que é necessário garantir que todos tenham direito e acesso ao lazer, aos espaços públicos e aos estabelecimentos em geral de modo igualitário, e que a sociedade deve estar preparada para receber todos os públicos, incluindo pessoas com deficiência. Neste estudo nos interessa mais especificamente as pessoas com deficiência física e visual, as quais trataremos no capítulo a seguir.

2.1 TIPOS DE DEFICIÊNCIA

Como referencial conceitual, propomos a deficiência como uma condição complexa multideterminada de limitação ou de impedimento da participação do indivíduo na trama de relações que compõem sua existência real concreta (ARANHA, 1995).

Existem dois conceitos sobre modelos da deficiência, eles são conhecidos como modelo médico e modelo social. O modelo social começou a ser desenvolvido nos anos 1960, no Reino Unido, por iniciativa de pessoas com deficiência reunidas no chamado “Social Disability Movement”, movimento que procurou mostrar como a maior parte das dificuldades enfrentadas pelas pessoas com deficiência é resultado da forma pela qual a sociedade lida com as limitações e as lesões físicas, intelectuais, sensoriais e múltiplas de cada indivíduo. Esse grupo iniciou um processo de conscientização para provar que os processos de discriminação que têm caracterizado o dia a dia dos indivíduos com deficiência são construídos pela própria sociedade, tamanha a

inabilidade das pessoas para se relacionar com as alterações físicas, intelectuais, sensoriais e múltiplas de seus pares cidadãos.

Com a percepção de que a deficiência é sempre uma construção coletiva entre indivíduos e sociedade, ficou mais fácil entender que a reabilitação e os demais tratamentos médicos não devem prevalecer sobre outras medidas para garantir às pessoas com deficiência o pleno exercício de seus direitos humanos e constitucionais. Sendo assim, segundo Sasaki (1997), a deficiência social é uma condição relacionada às atitudes e ao modo de ser e de pensar das pessoas, isto é, da sociedade, e não a uma limitação específica. Desse modo, cabe a essa mesma sociedade eliminar as barreiras para que pessoas com deficiência se sintam incluídas e possam, de fato, ter acesso ao lazer que é direito de todos os cidadãos.

Já o modelo médico representa o enfoque da deficiência como uma experiência do corpo que deve ser “combatida” com tratamentos na área da saúde. A cura completa dessa experiência é encarada como condição ideal para que pessoas com deficiência possam, finalmente, exercer seus direitos. Sob a perspectiva do modelo médico, as lesões e limitações são a única causa dos processos de discriminação enfrentados pelas pessoas com deficiência (SASSAKI, 1997). Os conceitos são fundamentais para o entendimento das práticas sociais e para o debate entre pessoas que desejam conhecer melhor os significados de cada um e os diferentes tipos de deficiência.

O modelo médico e o social da deficiência caminham juntos, um interfere em relação ao outro. No que se refere à deficiência do ponto de vista médico, é fato que ela existe, porém suas limitações estão relacionadas à deficiência social quando não há rampas de acesso em todos os lugares e/ou elevadores, materiais acessíveis e outros tipos de adaptação, fazendo com que os sujeitos não tenham acesso ao que pretendem ou desejam.

Sasaki (1997) refere-se ao modelo médico da deficiência como um conceito pré-inclusivista:

Este modelo médico da deficiência nos designa o papel desamparado e passivo dos pacientes, no qual somos considerados dependentes do cuidado de outras pessoas, incapazes de trabalhar, isentos dos deveres normais, levando vidas inúteis, como está evidenciado na palavra ainda comum ‘inválido’ (‘sem valor’ em latim). (STILL, 1990, p. 30 apud SASSAKI, 1997, p. 28).

Isso evidencia que a deficiência do ponto de vista médico está imposta como uma condição, e, sendo assim, esse modelo acaba se tornando o responsável por boa parte da resistência da sociedade em aceitar a necessidade da mudança, isto é, modificar suas estruturas e seu modo de pensar diante de pessoas com deficiência, proporcionando condições inclusivas e outras formas que possibilitem a todos buscar sua autonomia e seu desenvolvimento pessoal, social, educacional e profissional, sem distinção. A inclusão da pessoa com deficiência na sociedade deve ser feita, mas ela ainda precisa superar as barreiras físicas e, sobretudo, atitudinais existentes.

Também é necessário salientar a diferença entre impedimento, deficiência e incapacidade. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (2012), o primeiro se refere a qualquer perda ou anormalidade da função ou estrutura psicológica, física ou anatômica. Já a deficiência diz respeito a qualquer restrição ou falta (resultante de um impedimento) da habilidade para desempenhar uma atividade de uma maneira, ou com variância, considerada normal para um ser humano. Por fim, incapacidade se refere a uma desvantagem – resultante de um impedimento ou de uma deficiência – que limita ou impede a realização de um papel considerado normal (dependendo de idade, sexo e fatores sociais e culturais) para um dado indivíduo.

Neste trabalho falaremos sobre dois tipos de deficiência: deficiência visual e deficiência física. A deficiência visual¹ é o comprometimento total ou parcial da capacidade visual dos olhos que não pode ser corrigido ou melhorado com o uso de lentes de contato, óculos ou tratamento clínico/cirúrgico. Pode ser causada de forma congênita (como má formação ocular ou doenças oculares hereditárias, como glaucoma) ou pode ser adquirida (como traumas oculares, a degeneração senil das córneas e até mesmo alterações relacionadas à hipertensão arterial ou o diabetes, por exemplo). O diagnóstico de deficiência visual pode ser feito muito cedo, exceto nos casos de doenças degenerativas como a catarata e o glaucoma, que evoluem com o tempo.

A deficiência visual inclui dois grupos de condições distintas: cegueira e baixa visão. A primeira refere-se àquelas pessoas que apresentam desde ausência total de

¹ Disponível em: <<https://www.significados.com.br/deficiencia-visual/>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

visão até a perda da projeção de luz e afeta de modo definitivo a capacidade de perceber cor, tamanho, distância, forma ou movimento. Já a baixa visão está relacionada com as pessoas que apresentam desde condições de indicar projeção de luz até o grau em que a redução de percepção interfere ou limita seu desempenho visual.

Já a pessoa com deficiência física, segundo a declaração dos direitos das pessoas com deficiência², é uma pessoa incapaz de assegurar, por si mesma, total ou parcialmente, as necessidades de uma vida individual ou social normal em decorrência de uma deficiência, congênita ou não, em suas capacidades físicas. O termo “deficiência física” faz pensar em uma pessoa sem mobilidade, “presa” em uma cadeira de rodas. Ouvimos falar de “tetraplegia” e “paraplegia”, entretanto os tipos de deficiência vão além disso e podem ser resultado de um acidente, de uma amputação ou de inúmeros outros fatores que desconhecemos.

A deficiência física³ é a alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando no comprometimento da função física e apresentando-se, segundo a medicina, sob a forma de paraplegia (quando a pessoa passa a não ter mais o controle e a possibilidade de ter sensações nos membros inferiores, o que lhe impede de se movimentar e complica suas tentativas de se manter sentado), paraparesia (quando há leve dificuldade de movimento dos membros inferiores), monoplegia (perda total da função motora de um só membro), monoparesia (perda parcial das funções motoras de um só membro), tetraplegia (perda total das funções motoras dos membros superiores e inferiores), tetraparesia (perda parcial das funções motoras dos membros superiores e inferiores), triplegia (perda total das funções motoras em três membros), tri paresia (perda parcial das funções motoras em três membros), hemiplegia (perda total das funções motoras de um hemisfério do corpo, direito ou esquerdo), hemiparesia (perda parcial das funções motoras de um hemisfério do corpo, direito ou esquerdo), amputação (perda total ou parcial de um determinado membro ou segmento de membro), ausência de membro, paralisia cerebral, ou

² Disponível em: <<http://www.esscvp.eu/wordpress/wp-content/uploads/2015/06/DeclaradosDireitosdasPessoasDeficientes.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

³ Disponível em: <http://www.deficienteonline.com.br/deficiencia-fisica-tipos-e-definicoes___12.html>. Acesso em: 27 mar. 2018.

membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzem dificuldades para o desempenho de funções.

Essas definições se dão de acordo com o caso do paciente, isto é, com a situação específica de cada um. O comprometimento da função física poderá acontecer quando existe a falta de um membro (amputação), sua má-formação ou deformação (alterações que acometem o sistema muscular e esquelético) (SCHIRMER, 2007).

Além disso, a pessoa muitas vezes precisa de acompanhamento de profissionais de áreas como psicologia e fisioterapia, de modo que consiga lidar com suas limitações e seja capaz de conhecer suas potencialidades, para que as mesmas possam ser desenvolvidas. É fundamental equiparmos as oportunidades para que todas as pessoas, incluindo aquelas com certo tipo de deficiência, possam ter acesso a todos os serviços, bens, ambientes construídos e ambientes naturais, em busca da realização de seus sonhos e objetivos junto à população geral (SASSAKI, 2006).

Sendo assim, fica claro que existem muitas barreiras que impedem que essas pessoas possam desfrutar dos mesmos direitos e do mesmo lazer que o restante da sociedade. Deve ser entendido o conceito de deficiência para que todos saibam lidar com a pessoa com deficiência física ou visual e, em seguida, compreender o que é acessibilidade, de que modo ela deve ser feita e qual sua importância para o cotidiano das pessoas com deficiência.

2.2 ACESSIBILIDADE

O termo “acessibilidade” começou a ser utilizado com muita frequência nos últimos anos em temas de reabilitação, saúde, educação, transporte, mercado de trabalho e ambiente físico interno e externo. Entendemos que a acessibilidade hoje não mais se restringe ao aspecto arquitetônico, pois existem barreiras de vários tipos também em outros contextos que não o do ambiente arquitetônico (SASSAKI, 2006).

Em termos gerais, a definição de acessibilidade significa aquilo que tem facilidade de aproximação, isto é, que é atingível, que tem acesso fácil. Assim, o termo “acessibilidade” ganhou espaço social, passando a fazer parte de uma demanda identificada pela sociedade principalmente após a Segunda Guerra Mundial e a Guerra

do Vietnã (SANTOS FILHO, 2010). A acessibilidade destaca-se por permitir que pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida participem de atividades que incluem o uso de serviços e informação, e a inclusão à utilização dessas facilidades por todas as pessoas, eliminando barreiras e distinções.

Dessa forma, o conceito de acessibilidade não deverá estar pautado por razões de solidariedade, mas, sobretudo, por uma concepção de sociedade na qual todos deverão participar com direito de igualdade de acordo com suas características próprias (CONDORCET, 2006 apud PEREIRA, 2011, p. 81). A importância da acessibilidade é fundamental para proporcionar uma melhor qualidade de vida para as pessoas com deficiência em todas as suas instâncias. Além da legislação que trata da acessibilidade, a CORDE (Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência) é o órgão responsável pela gestão de políticas voltadas para a integração da pessoa com deficiência, tendo como eixo focal defender os direitos dessa parcela da população e promover a cidadania. A lei nº 7.853/89 e o Decreto nº 3.298/99 balizam a política nacional para integração da pessoa com deficiência, criando, assim, as principais normas de acessibilidade para pessoas com deficiência.

Além disso, de acordo com o Estatuto da Pessoa com Deficiência, em seu Capítulo IX, intitulado “Do Direito à Cultura, ao Esporte, ao Turismo e ao Lazer”:

Art. 42. A pessoa com deficiência tem direito à cultura, ao esporte, ao turismo e ao lazer em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, sendo-lhe garantido o acesso:

I - a bens culturais em formato acessível;

II - a programas de televisão, cinema, teatro e outras atividades culturais e desportivas em formato acessível; e

III - a monumentos e locais de importância cultural e a espaços que ofereçam serviços ou eventos culturais e esportivos.

§ 1º É vedada a recusa de oferta de obra intelectual em formato acessível à pessoa com deficiência, sob qualquer argumento, inclusive sob a alegação de proteção dos direitos de propriedade intelectual.

§ 2º O poder público deve adotar soluções destinadas à eliminação, à redução ou à superação de barreiras para a promoção do acesso a todo patrimônio cultural, observadas as normas de acessibilidade, ambientais e de proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. (BRASIL, 2015)

Assim, nota-se que há uma legislação específica para pessoas com deficiência que lhes assegura, na teoria, o direito ao lazer e garante uma condição de vida digna e acessível. Percebe-se que o cumprimento dessas leis pela totalidade dos locais e das

idades está distante da realidade, e, além disso, a fiscalização que temos atualmente não cumpre seu papel de modo efetivo, visto que, na prática, a sociedade está apenas no início de sua caminhada rumo à acessibilidade.

Segundo Sasaki (2006), no Brasil, milhões de pessoas com deficiência não podem ter acesso aos logradouros turísticos e aos empregos disponíveis no setor porque ainda existem – na grande maioria dos ambientes de lazer, recreação e turismo – muitas barreiras arquitetônicas, atitudinais, comunicacionais, metodológicas, instrumentais e programáticas. Em função de analisar as pessoas com deficiência física e visual, interessam-nos, neste estudo, especialmente as acessibilidades arquitetônicas, atitudinais e comunicacionais.

A acessibilidade arquitetônica é a eliminação das barreiras que não permitem o acesso das pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida às áreas de lazer e locais desejados; refere-se a toda a infraestrutura necessária para que essas pessoas possam transitar em aeroportos, hotéis, museus, monumentos etc. Para as pessoas com deficiência, cada vez que determinados locais não são acessíveis significa uma suposta confirmação de inferioridade e não pertencimento em relação às demais, e que, sendo assim, não seriam merecedores de usufruir desses espaços.

Logo, cabe à sociedade também a fiscalização e a cobrança dessa acessibilidade junto aos órgãos públicos e ao governo, de modo que todos assumam uma parcela da responsabilidade de tornar todos os locais acessíveis. Desse modo, a sociedade se faz presente e participa através do intermédio entre a pessoa com deficiência e o mundo ao seu redor.

Já a acessibilidade comunicacional refere-se à eliminação de barreiras na comunicação interpessoal, isto é, fazer com que as linguagens verbal, visual e virtual possam alcançar a todos. Para pessoas com deficiência visual, por exemplo, deve haver mais informações acessíveis, seja em braile, formatos ampliados adaptados a pessoas com baixa visão ou através de tecnologias digitais, como leitores de tela, entre outras tecnologias assistivas. A escrita é muito importante, pois estabelece, através do conteúdo que circula, um núcleo de convivência e interação ao qual todos deveriam ter acesso, a fim de haver uma sociedade inclusiva.

A acessibilidade comunicacional também é conquistada através de recursos como audiodescrição, legendas, janela de Libras e dublagem. Logo, para garantir a acessibilidade comunicacional, é necessário estabelecer uma comunicação sem barreiras. Isto é,

[...] sem barreiras na comunicação interpessoal (face-a-face, língua de sinais, linguagem corporal, linguagem gestual, etc.), na comunicação escrita (jornal, revista, livro, apostila, etc., incluindo textos em braille, textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, notebook e outras tecnologias assistivas para comunicar) e na comunicação virtual (acessibilidade digital). (SASSAKI, 2006, p. 68).

Já a acessibilidade atitudinal refere-se as atitudes preconceituosas existentes por parte da sociedade com relação às pessoas com deficiência física e/ou visual. Cabe ressaltar que tão culpado quanto aquele que apresenta algum tipo de preconceito diante da pessoa com deficiência é aquele que presencia o ato e se cala diante da situação. Desse modo, o indivíduo que fica em silêncio contribui, indiretamente, para a continuação e disseminação do preconceito.

A acessibilidade metodológica se faz presente substituindo a forma tradicional, isto é, a forma que temos hoje, sem acessibilidade para todos os públicos. Assim, agentes de viagens e os organizadores e guias de atrações turísticas podem estabelecer novas propostas para abranger os diferentes tipos de públicos e pensar em como fazer para atender a todos os turistas, tanto os efetivos quanto os turistas em potencial. Deve-se entender que a deficiência acompanha o sujeito, porém não o define. Frequentemente o sujeito é colocado em segundo plano em relação às restrições definidas pela sociedade para ele, e a mudança deve começar pelo entendimento por parte das pessoas de que “pessoa com deficiência” não se trata de uma pessoa incapaz de exercer o que as pessoas sem nenhum tipo de deficiência exercem.

A acessibilidade instrumental ocorre quando os instrumentos utilizados para trabalho e lazer não atendem às limitações das pessoas com deficiência. Nos aparelhos, equipamentos, ferramentas e outros dispositivos que fazem parte dos locais de visitação e turismo, a acessibilidade proporciona para pessoas com limitações físicas e visuais desfrutar do mesmo aprendizado que o restante das pessoas.

Por fim, a acessibilidade programática se faz eficiente eliminando as barreiras invisíveis existentes nos decretos, leis, regulamentos, normas, políticas públicas, entre outros. Na maioria das vezes, essas barreiras se apresentam implicitamente e, na prática, impedem e dificultam para certos públicos a utilização dos serviços e bens turísticos.

Sendo assim, o aparelhamento do mercado deve seguir esses tipos de acessibilidade destacados acima, visando possibilitar o acesso ao turismo e ao lazer a um maior número de pessoas (SASSAKI, 2006). É curioso o fato de que se têm, atualmente, muitas tecnologias para utilizar a favor do ser humano, porém ainda há muitas questões a serem resolvidas no que se refere a esse tema. Todo o contexto explicado anteriormente, em que a pessoa com deficiência não é vista dissociada da sua condição, atua, de maneira direta e indireta, na deficiência, pois, segundo Goffman (1998, p. 13): “Um atributo, que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem [...]”.

O fato de salientar a deficiência que a pessoa possui em situações cotidianas ou comunicar em um contexto desnecessário que o indivíduo possui um tipo de deficiência afeta negativamente o mesmo, pois, mais uma vez, ele está sendo associado à sua deficiência, e a sociedade está, novamente, fazendo-o crer que é diferente dos demais. A acessibilidade de locais públicos, hotéis e áreas compartilhadas de lazer não só irá contribuir para a construção da cidadania da pessoa com deficiência como também fará com que a mesma se sinta incluída e pertencente à sociedade.

Deve haver uma preocupação por parte do governo para inserir as pessoas com deficiência nas atividades turísticas através da disseminação de informações para que os empresários e a população em geral percebam a relevância desse tema. Por sua vez, a informação tem poder transformador e é responsável pelo desenvolvimento dos seres humanos, portanto sua melhoria irá trazer resultados positivos para todos aqueles que tiverem acesso e souberem utilizá-la da maneira correta. Cabe a cada indivíduo refletir sobre seu papel na sociedade e de que maneira pode atuar em prol da acessibilidade, que, se realizada de modo correto, permitirá usufruir do turismo de forma realmente acessível. Além disso, é de extrema importância que as pessoas com deficiência tenham autonomia para auxiliar a solucionar as barreiras que impedem

(entre outras coisas) seu turismo e seu lazer. Fica claro que não são as pessoas com deficiência que precisam se adaptar ao turismo possível, mas sim que os processos e contextos turísticos devem se adaptar a elas, contemplando as pessoas que gostam de viajar e conhecer novos lugares.

2.2.1. Acessibilidade no Turismo

Existem lugares onde a acessibilidade se faz presente, servindo de exemplos de acessibilidade para os demais, e fazendo com que as pessoas com deficiência possam desfrutar de determinados tipos de lazer, entretanto essa estrutura ainda carece de um incremento em quantidade e qualidade de serviços. A acessibilidade necessita, como já foi citado anteriormente, de certa parcela de comprometimento da sociedade, que deve se sentir igualmente responsável por tornar os ambientes comuns acessíveis.

Recursos de acessibilidade devem compreender as necessidades das pessoas com deficiência e, na maioria das vezes, trata-se de alterações simples, como: reservar vagas para pessoas com deficiência física perto das portas dos locais; calçadas antiderrapantes e com sinalização para deficientes visuais; corredores acessíveis (tanto para pessoas com deficiência física quanto para pessoas com deficiência visual); elevadores que possuam espaço para uma pessoa com deficiência física se locomover com autonomia e com botoeira em braille para que pessoas com deficiência visual possam localizar, de forma autônoma, o andar que desejam ir; adaptação das mesas para o tamanho das cadeiras de rodas das pessoas com deficiência física, além de tornar o serviço de buffet acessível para que elas possam não só enxergar a comida, mas também se servir sem precisar pedir ajuda. Em hotéis é importante observar quantos banheiros dispõem de acessibilidade para pessoas com deficiência física e visual, verificar se há nesses espaços funcionários aptos para atendê-los e se os serviços oferecidos serão diferenciados e adaptados para pessoas com deficiência física ou visual. Possuir mapa tátil em locais como museus e hotéis, além de áudio-guia, são alternativas simples e capazes de facilitar a estadia de uma pessoa com deficiência visual, por exemplo.

Já existem locais onde a acessibilidade proporciona um lazer acessível para as pessoas com deficiência. Parte do centro histórico de Salvador, na Bahia, oferece condições de visita para pessoas com deficiência, como rampas, elevadores e guias rebaixados como opções, a fim de tornar possível a visita a essa cidade, o que significa que a antiguidade histórica não é argumento para que não se realizem adaptações. Percebe-se, através desse exemplo, que muitas cidades maiores e mais modernas não possuem nenhum tipo de infraestrutura para receber turistas (e para os próprios moradores dessas cidades). Conforme mostra a Figura 1, a rampa permite que pessoas com deficiência física possam desfrutar do passeio com autonomia.

Figura 1 – Pessoa com deficiência física visitando o centro histórico de Salvador



Fonte: Site Fotos Públicas⁴.

A cidade de Foz do Iguaçu é outro exemplo, uma vez que está entre os destinos que apresentam maior acessibilidade em seus pontos turísticos, oferecendo inclusive

⁴ Disponível em: <<https://fotospublicas.com/rota-acessivel-centro-historico-salvador-inaugurada-nesta-quinta-feira-acessivel/>>. Acesso em: 7 maio 2018.

opções de lazer como salto de paraquedas para pessoas com deficiência. A cidade do Rio de Janeiro, por sua vez, se tornou mais acessível principalmente depois das Paraolimpíadas 2016. O evento exigiu da cidade acessibilidade na maior parte dos pontos turísticos.

A cidade de São Paulo também possui uma quantidade expressiva de atrações turísticas com acessibilidade, incluindo o Museu do Futebol, que tem visitas guiadas com áudio-guia para cegos, totens em braile, imagens em relevo, piso tátil e acesso para cadeirantes. Além disso, o metrô na cidade também possui acessibilidade. Na Figura 2, uma pessoa com deficiência visual visita o museu do Futebol e caminha através do piso tátil.

Figura 2 – Pessoa com deficiência visual visitando museu do futebol



Fonte: Site Museu do Futebol⁵.

Por fim, Fortaleza também está entre as cidades que possuem infraestrutura acessível. São disponibilizadas cadeiras anfíbias⁶ para pessoas com deficiência física e

⁵ Disponível em: <<https://www.museudofutebol.org.br/pagina/acessibilidade>>. Acesso em: 7 maio 2018.

mobilidade reduzida. Ademais, é possível praticar vôlei e frescobol adaptados, além de a cidade oferecer academia ao ar livre com estação de exercícios físicos destinada exclusivamente para cadeirantes.

Todos esses locais acessíveis servem como modelos para a prática de um turismo para todos, e mostra que o turismo acessível é possível, mas demanda conscientização da sociedade a respeito da necessidade de tal mudança, fazendo com que mais cidades e estados sejam modificados a fim de se tornarem acessíveis para todos. Deve-se, portanto, estimular e dar visibilidade às cidades que já tomaram essa iniciativa, servindo de incentivo para que mais locais queiram seguir seu exemplo e acompanhá-las, construindo cada vez mais lugares acessíveis.

No campo das Políticas Públicas, o Ministério do Turismo desenvolveu o “Programa Turismo Acessível”⁷, cujo objetivo é constituir um conjunto de ações transversais com intuito de promover a inclusão social e o acesso das pessoas com deficiência ao turismo, prática que permite que elas utilizem de instalações e equipamentos turísticos com autonomia e independência. Ademais, o foco da proposta é ir ao encontro das ações e iniciativas do Governo Federal que buscam defender os direitos das pessoas com deficiência, além de proporcionar melhores condições de vida e de lazer para as mesmas. A participação em sociedade, a igualdade de direitos e a possibilidade de lazer com autonomia são tópicos pertinentes que chamam atenção do programa, que visa a diminuir as barreiras existentes entre as pessoas com deficiência e seus direitos.

Segundo o Governo Federal, o programa é destinado a gestores públicos e privados, profissionais do turismo, aos próprios pontos turísticos e, por fim, às pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida. Entre as metas do programa estão a realização de pesquisas sobre o perfil do turista com deficiência, estudos de caso acerca de boas práticas em acessibilidade de determinado destino, qualificação de profissionais para atender esse público específico etc.

⁶ Cadeiras anfíbias são cadeiras com pneus desenvolvidos para flutuar na água e não afundar na areia, possibilitando que pessoas com deficiência física e/ou mobilidade reduzida possam usufruir desse tipo de lazer. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/vivermente/noticias/cadeira_anfibia_chega_as_praias_de_sao_paulo.html>. Acesso em: 15 mar. 2018.

⁷ Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/acoes-e-programas/4889-programa-turismo-acessivel.html>>. Acesso em: 22 maio 2016.

Quanto à legislação, é preciso que as pessoas com deficiência conheçam seus direitos, a fim de exigí-los quando necessário, pois a convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência foi incorporada à legislação brasileira em 2008⁸. Mais recentemente, o Estatuto da Pessoa com Deficiência (BRASIL, 2015), reconheceu a importância do turismo e do lazer para as pessoas com deficiência:

É dever do Estado, da sociedade e da família assegurar à pessoa com deficiência, com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à sexualidade, à paternidade e à maternidade, à alimentação, à habitação, à educação, à profissionalização, ao trabalho, à previdência social, à habilitação e à reabilitação, ao transporte, **à acessibilidade, à cultura, ao esporte, ao turismo, ao lazer, à informação**, à comunicação, aos avanços científicos e tecnológicos, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, entre outros decorrentes da Constituição Federal, da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e das leis e de outras normas que garantam seu bem-estar pessoal, social e econômico. (BRASIL, 2015, grifo nosso).

Ademais, essa Lei reserva um capítulo especificamente sobre o direito à cultura, ao turismo e ao lazer.

Diante disso, fica evidente que as pessoas com deficiência estão asseguradas pela Legislação quanto aos seus direitos, ainda que nem sempre o cumprimento destas Leis assegure as necessidades dessa parcela da população. Logo, cabe às autoridades e à própria sociedade a fiscalização dessas leis para colocá-las em prática, a fim de que a pessoa com deficiência possa desfrutar, com autonomia, de seus direitos.

⁸ Disponível em: <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/downloads/direitos/Convencao_Pessoas_Com_Deficiencia.pdf>. Acesso em: 05 maio 2018.

3 TURISMO E COMUNICAÇÃO

A origem da palavra turismo vem do vocábulo “tour”, que é de origem francesa e significa “volta” (BARRETTO, 1995). Tem como definição, segundo a Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas (OMT, 2001), o “[...] conjunto de atividades realizadas pelos indivíduos durante suas viagens e estadias em lugares diferentes daqueles do seu entorno habitual por um período de tempo consecutivo inferior a um ano.”. Geralmente a atividade turística tem como principal finalidade o lazer, embora também exista o turismo por razões de negócios (viagens a trabalho) e outros motivos. Segundo Oliveira (2014, p. 18), “[...] turista seria um visitante temporário que permanece no mínimo 24 horas (ou um pernoite) no lugar que visita e cujas finalidades de viagem podem ser classificadas em: férias, distração, negócios, saúde, estudo, religião, esporte, congressos e etc.”.

Nascido no século XIX, no decorrer da Revolução Industrial, o turismo possibilita viagens sociais, de descanso, culturais, entre outros. O inglês Thomas Cook foi considerado o pioneiro do turismo enquanto atividade comercial quando, no ano de 1841, levou um grupo de pessoas para viajar e, um ano depois, fundou a primeira agência de viagens do mundo: a “Thomas Cook and Son”. A viagem de Thomas foi considerada a primeira viagem organizada, destinada aos participantes de um congresso de médicos.

Segundo Mota (2001), a atividade turística pode ser compreendida como uma atividade complexa que se originou pela necessidade de deslocamento das populações dentro do espaço físico mundial por diversos motivos. Viajar não é um privilégio, trata-se de conhecer um lugar novo, uma cultura diferente. Significa mudar os hábitos por alguns dias, explorar ruas, visitar pontos turísticos, ter a oportunidade de falar com pessoas de países diferentes, com ensinamentos diferentes e que podem transmitir conhecimento acerca do que não se conhece, e, por fim, pode despertar a vontade de conhecer mais lugares a partir do que já foi visto e das experiências anteriores. A atividade turística passou a ocupar espaço considerável nas relações econômicas internacionais, podendo vir a ser uma das mais importantes em termos de ofertas de empregos e geração de receita e renda.

Caracterizado como ramo das ciências sociais e não econômicas, a expansão do fenômeno do turismo está diretamente ligada, segundo Mota (2007):

Ao processo econômico, à 'concentração urbana', às facilidades de comunicação e ao desenvolvimento dos transportes, dando uma posição de destaque à atividade, que passou a ser objeto de atenção pública e privada devido a sua importância ecológica, cultural, política e socioeconômica. (MOTA, 2007, p. 7).

Pode-se viajar para dentro do nosso próprio país e desfrutar de suas belezas naturais, visitar países vizinhos ou ir para longe, seja para fazer um intercâmbio e estudar uma nova língua ou para conhecer uma cultura diferente. Segundo o Ministério do Turismo⁹, a importância dessa atividade para a economia mundial está associada ao fato de que, com a chegada dos turistas, ocorre, conseqüentemente, o aumento do consumo e da produção de bens e serviços, gerando a criação de novos empregos. Ainda de acordo com o Ministério do Turismo (2016), o Brasil possui a 13^o posição em relação à economia turística do mundo e é visto como o maior empregador nesse setor, uma vez que é considerado um país rico no quesito diversidades naturais.

Dessa forma, os atrativos do nosso país como um todo fazem com que muitos turistas queiram conhecê-lo não só para passeio. Conforme dados do Ministério do Trabalho, o número de estrangeiros que passaram a trabalhar no Brasil cresceu 46% nos últimos quatro anos, devido à melhoria das perspectivas econômicas do país. De acordo com estudo¹⁰ feito em 2014 pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), o Brasil era, naquele ano, o país com maior previsão de crescimento em investimento no setor de turismo no mundo, e estima-se que o setor atraiu R\$ 52 milhões em recursos em 2013. O estudo conclui que, até o ano de 2024, o impacto do turismo na economia do Brasil deverá alcançar 10,3% do PIB (R\$ 700 bilhões). Espera-se que, ainda em 2024, o turismo empregue 10,6 milhões de pessoas no Brasil (9,7% do total).

Além de pensar em turismo sob a ótica operacional, por um lado, as mudanças econômico-sociais e o acesso à informação e à internet tornaram o turismo mais fácil e

⁹ Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/04/brasil-e-o-6o-no-mundo-em-economia-do-turismo>>. Acesso em 12 mar. 2017.

menos burocrático, visto que diminuiu as barreiras que existem entre a procura e a obtenção de conteúdo. Porém, por outro lado, muitos destinos não estão preparados para receber todos os tipos de públicos. De igual forma, tão importante quanto ter infraestrutura é possuir funcionários capacitados para receber esse público. A inclusão no turismo está diretamente relacionada à eliminação do pensamento preconceituoso e dos estigmas e pré-conceitos existentes com relação ao diferente.

O turismo, quando se torna acessível para pessoas com deficiência, é capaz de proporcionar lazer com independência. Nesse contexto, na tentativa de abordar o assunto de maneira mais ampla e para conseguir maior alcance e visibilidade, o Ministério do Turismo deu início, em 2016, à publicação de uma série especial que teve por objetivo divulgar roteiros turísticos acessíveis pelo país. Essa iniciativa é importante uma vez que, através dessa divulgação, um maior número de pessoas tem acesso a essa informação sobre o turismo acessível. A comunicação, de maneira geral, serve como base para o lazer tanto no que diz respeito à divulgação de conteúdo quanto no alcance que a mesma proporciona em todas as dimensões do turismo.

Segundo consta no dicionário¹¹, comunicação é uma palavra derivada do termo latino “communicare”, que significa partilhar, participar de algo, tornar comum. Através da comunicação, os seres humanos e a sociedade são capazes de compartilhar informações entre si. Além disso, o processo de comunicação consiste na transmissão de informação entre um emissor e um receptor, que interpreta determinada mensagem. A comunicação pode ser feita através de sinais, gestos, palavras ou códigos, que são interpretados de acordo com seus significados por meio de canais de comunicação.

Segundo Barbieri (2015), a comunicação consiste no intercâmbio entre símbolos, pessoas e organizações. Não obstante, é por meio dela que se estabelecem relações de proximidade e que se institui algo em comum com alguém, além de que a comunicação como um conceito trata-se, também, de interação social, e através dela a sociedade se comunica e transmite o conteúdo que deseja.

Inicialmente pensamos em comunicação como um conceito amplo, uma vez que comunicar envolve relacionar-se com diferentes indivíduos, de modo que todos compreendam a mensagem transmitida. Contudo a comunicação deve ser responsável

¹¹ Disponível em: <<https://www.significados.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 06 maio 2018.

não somente pela transmissão da mensagem, mas também por verificar se ela é recebida, de fato, pelos devidos públicos. Além disso, é responsabilidade da comunicação o monitoramento da repercussão da mensagem enviada.

Interessa-nos, neste trabalho, a comunicação com os públicos. Entretanto, de acordo com Barbieri (2015), não basta identificar os públicos e supor que existem os relacionamentos. Faz-se determinante compreender sua importância e suas características.

Existem diversos tipos de públicos a serem alcançados, porém é necessário mapear especificamente os que são de interesse da organização para que haja um conhecimento prévio dos mesmos, de modo que possam ser feitas estratégias específicas baseadas no público-alvo que se deseja atingir. Ferrari (2009) afirma que esse grupo pode influenciar a organização ou vir a ser influenciado por ela. Atualmente, saber o que comunicar e para quem comunicar é essencial, visto que é por intermédio do conteúdo que circula na mídia que se dará o alcance do público-alvo.

Não obstante, de acordo com Fortes:

A comunicação no ambiente empresarial e dele com os públicos está alicerçada na compreensão daquilo que se pretende transmitir, na linguagem comum que estabelece o universo de debates e efetiva o diálogo, e na eleição planejada e competente dos veículos que serão empregados no transporte das informações. (FORTES, 2003, p. 217 apud SILVA; ROSSETI, 2010, p. 6).

Trata-se de compreender o comportamento do consumidor de maneira que permita definir os fatores de influência na utilização de bens ou serviços pelos públicos. Desse modo, no caso de uma empresa que concilie turismo e acessibilidade, todo o tipo de pessoa que se sente impactada em função do turismo acessível torna-se, automaticamente, público-alvo da organização. Nesse aspecto, o profissional de Relações Públicas se torna essencial para Ferrari (2011, p. 84), que considera que o valor da atividade de Relações Públicas “[...] pode ser determinado pela qualidade das relações que estabelece com os componentes estratégicos de seu ambiente institucional.”.

Assim como Ferrari (2011), Grunig, Ferrari e França (2009 apud BARBIERI, 2015) atribuem o papel da comunicação entre uma organização e seus públicos ao

profissional de Relações Públicas, que contribui com eficácia com as organizações ao construir relacionamentos de qualidade e a longo prazo com públicos estratégicos. O importante é ter claro quais são os públicos relevantes para a empresa e de que maneira ela irá se relacionar com eles. Neste estudo, o público alvo se trata de pessoas com deficiência física e/ou visual e todos os que, de alguma maneira, estão relacionados com eles.

França (2008) ressalta que a área de Relações Públicas exige dos profissionais capacitação e habilidade para analisar os cenários e identificar quais grupos são estratégicos ou de interesse para as organizações para as quais trabalham. Além disso, o autor destaca que a relação deve ser simétrica, isto é, não basta a empresa defender seus interesses em relação aos públicos, ela deve também analisar os interesses dos públicos que interagem com ela.

É importante salientar que a comunicação organizacional também participa desse processo. Segundo Kunsch (2003, p. 149): “A comunicação organizacional é formada por alguns tipos de comunicação que incorpora uma organização, os quais são: comunicação administrativa, comunicação interna, comunicação institucional e comunicação mercadológica.”. Sendo assim, todos esses tipos de comunicação, juntos, são responsáveis pelo bom relacionamento da organização com seus públicos de interesse, com seus funcionários e com a sociedade em geral.

Desse modo, observa-se que é preciso unir a comunicação organizacional aos públicos de interesse, e o profissional de Relações Públicas é o mediador desse processo. Não basta criar conteúdo se o mesmo não irá circular pelos canais comunicacionais certos. O profissional de Relações Públicas deve ter em mente que mais importante do que o fluxo de informações é o meio pelo qual se dará esse fluxo, isto é, quem ele irá alcançar. Diante disso, é necessário que os públicos de interesse sejam mapeados minuciosamente, a fim de tornar mais efetiva a comunicação organizacional. No momento em que os públicos estão satisfeitos com a informação que lhes é enviada e a organização está satisfeita com os resultados obtidos através da comunicação, o profissional de comunicação cumpriu seu papel de maneira correta.

Quanto à comunicação digital, a mesma se apresenta como o conjunto de normas para a utilização adequada das tecnologias. Pode-se dizer que a comunicação

digital se insere como a forma comunicativa da sociedade da informação. Ela instaura uma nova forma de comunicação, que afeta o conjunto de relações sociais em todos os níveis, tanto na comunicação pessoal quanto na interpessoal, além das relações de trabalho, nas organizações, indústrias etc. Segundo Duarte (2012, p. 1):

A tecnologia digital oferece todas as possibilidades já exploradas na imprensa escrita, na rádio e na televisão, com duas vantagens: a velocidade e a interação. O indivíduo não fica somente no papel de receptor passivo, há a possibilidade de escolha, há decisões a serem tomadas.

Sendo assim, é fato que a comunicação digital vem revolucionando a maneira como a sociedade se comunica e, mais do que isso, rompendo barreiras de espaço e de tempo, pois através dela a velocidade de recepção das mensagens e o compartilhamento das mesmas ocorre de modo simultâneo. Esse meio de comunicação, aliado a um turismo para todos e a estratégias de comunicação para atrair o público-alvo desejado, representa mais uma maneira de tornar acessível o conteúdo que circula no meio digital para que pessoas com deficiência possam acompanhá-lo e compartilhá-lo da mesma maneira que os demais. A essência da comunicação reside em processos relacionais e interacionais (SANTOS, 2008).

Uma vez que a comunicação possui tamanha responsabilidade, a mesma também precisa, de fato, adaptar suas mensagens para todos, sem restrições. À medida que uma pessoa com deficiência visual não consegue ter acesso à mesma informação que as demais, a comunicação não está cumprindo com sua premissa de que a informação é para todos. E, nesse contexto, o turismo, que muitas vezes se diz acessível para todos, acaba por carecer de infraestrutura adequada para pessoas com deficiência. Deve haver, sobretudo, coerência entre o discurso do site ou da organização que divulga o turismo acessível e, conseqüentemente, a aplicabilidade desse discurso na prática.

4 ACESSIBILIDADE E TURISMO: ESTUDO DE CASO DO SITE “TURISMO ADAPTADO”

Este trabalho teve, em seu primeiro momento, o foco voltado para os aspectos teóricos que envolvem acessibilidade, turismo e comunicação, embasando o conhecimento necessário para dar subsídios para compreender o objeto de pesquisa escolhido. Após a compreensão do contexto em que está inserido o turismo para pessoas com deficiência, será realizada a análise do material estudado, a fim de comprovar, na prática, o que já foi visto na teoria. Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, bem como a análise dos resultados coletados.

4.1 METODOLOGIA

Tendo em vista os objetivos deste trabalho, a metodologia utilizada para elaborar o mesmo foi o estudo de caso, amparado pela coleta de material para análise feita através de pesquisa bibliográfica. Lakatos e Marconi (2004, p. 47) afirmam que “o estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, valendo-se de diferentes técnicas de pesquisa, visando a apreender uma determinada situação e descrever a complexidade de um fato”.

Além disso, segundo Yin (2001, p. 32): “O estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidências são utilizadas.”. Para o autor, o estudo de caso é uma técnica utilizada, na maioria das vezes, quando é preciso responder perguntas do tipo “como” e “por que”. Entre outros fatores, o estudo de caso visa à descoberta e enfatiza a interpretação do contexto, retratando a realidade de forma ampla.

A pesquisa bibliográfica, por sua vez, é fundamental no estudo, visto que auxilia na sua estruturação de forma ampla, ajudando a sistematizar o texto (STUMPF, 2009), contribuindo, desse modo, para a compreensão teórica que sustenta o assunto

estudado. Ademais, a pesquisa auxilia na investigação de um tema específico, fator que evita inferências e tantos outros questionamentos que nos direcionam e instigam.

A pesquisa bibliográfica:

Define-se como o conjunto de práticas que visam à identificação de informações bibliográficas, através da seleção de documentos relacionados ao tema estudado e realização de anotações ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que, após o levantamento, sejam utilizados para a produção de um trabalho acadêmico. (FIGUEIRO, 2016, p. 38).

Além disso, Gil (2009) afirma que a consulta das fontes documentais é imprescindível nos estudos de caso, pois auxilia na estruturação e na organização dos demais instrumentos de pesquisa.

Para uma melhor compreensão do assunto estudado, deve-se ter em mente o conceito de acessibilidade e tudo o que diz respeito a ele. Diante disso, é necessário considerar o segundo capítulo deste trabalho, pois este irá servir de base para aprofundar o estudo e facilitar a compreensão do mesmo, uma vez que trata da acessibilidade e todas as implicações que a mesma carrega consigo.

O conceito norteador do estudo de caso é o turismo acessível, ou a ideia de um turismo, de fato, para todos, conforme consta no terceiro capítulo, referindo as abordagens sobre turismo e comunicação no intuito de aliar os dois em prol do lazer para pessoas com deficiência física e visual. Dessa maneira, de acordo com os objetivos deste trabalho, os capítulos 2 e 3 serão essenciais para a familiarização dos conceitos e para a união deles com a análise propriamente dita.

Neste estudo, foi utilizado o material disponível online da agência Turismo Adaptado, a fim de compreender se *existe acessibilidade comunicacional para inclusão de pessoas com deficiência no turismo*. Com o subsídio de Aranha (2001) e Sasaki (2006), foi possível elencar o que é preciso ser modificado para a agência se comunicar de forma adequada com esse público específico e ser capaz de oferecer um turismo inclusivo para os mesmos.

Com o intuito de responder aos objetivos específicos – que são os de *verificar se o site é acessível para pessoas com deficiência visual e analisar se o turismo acessível abordado na teoria é, de fato, colocado em prática pelo site da agência analisada* –, foi

verificado de que modo o site se apresenta para o público e como ele aborda o turismo e, após, se pessoas com deficiência visual podem, de fato, ter acesso ao conteúdo do site com autonomia. Segundo Aranha (2011, p. 19), “A inclusão parte do mesmo pressuposto da integração, que é o direito da pessoa com deficiência ter igualdade de acesso ao espaço comum da sociedade.”.

4.2 ANÁLISE

No momento em que se analisa uma organização, deve-se, inicialmente, compreender a sua história e contexto. A agência Turismo Adaptado foi fundada por Ricardo Shimosakai, que ficou paraplégico em 2011 ao ser vítima de um sequestro relâmpago, no qual levou um tiro que resultou em uma lesão medular que lhe tirou os movimentos das pernas. Meses depois ele decidiu fundar a agência e, simultaneamente, criou o site com o intuito de ampliar seu alcance como agência de turismo adaptado.

Atualmente, além da agência de turismo para pessoas com deficiência, Ricardo também realiza palestras em diversos lugares, disseminando informações sobre seu trabalho de modo que pessoas com deficiência saibam, através de suas histórias e experiências, que é possível viajar. Através do site, pessoas com deficiência que procuram turismo e têm vontade de viajar podem ter acesso às experiências de outras pessoas com deficiência, evidenciando que é possível experimentar esse tipo de lazer.

A partir do estudo do site Turismo Adaptado¹², observamos que a organização tem como missão:

Trabalhar para promover a acessibilidade e inclusão no lazer e turismo para pessoas com deficiência, mobilidade reduzida e necessidades específicas. Assim trabalhamos para que dentro da área que forma o lazer e o turismo, sejam eliminadas barreiras arquitetônicas, comunicacionais, metodológicas, instrumentais (tecnologia assistiva), programáticas (normas ou regulamentos) e atitudinais. (TURISMO ADAPTADO, documento eletrônico).

Através da missão da agência, pode-se presumir que se trata de uma proposta de turismo para todas as pessoas com deficiência, sejam estas deficiências físicas,

¹² Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/sobre/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

visuais, auditivas ou mentais. Entretanto não se tem essa impressão ao entrar no site, conforme figura 3.



Fonte: Página inicial do Site Turismo Adaptado¹³.

Conforme verificamos nas figuras 3 e 4, a página inicial (“Home”) possui diversas abas para pesquisar sobre os serviços da agência.



Fonte: Página inicial do Site Turismo Adaptado¹⁴.

¹³ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

Na figura 4 destacam-se cursos práticos de acessibilidade e inclusão, a divulgação de um blog sobre as viagens já realizadas por grupos de pessoas com deficiência, informações a respeito de palestras e técnicas motivacionais e, por fim, o acervo digital, contendo temas que tratam de inclusão e acessibilidade.

Na Figura 5 encontram-se publicações diversas a respeito de acessibilidade, algumas com informações sobre locais e hotéis acessíveis e outras com informações, tais como de que modo se pode obter o passaporte com acessibilidade e informações do programa sobre acessibilidade hoteleira.



Por fim, a Figura 6 traz a parte final da página, que tem como objetivo divulgar o serviço de consultoria para o lazer e o turismo. A divulgação salienta que essa consultoria agrega temas de acessibilidade e inclusão. Estão disponíveis os telefones, endereço e e-mail para entrar em contato com a agência.

¹⁵ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

Figura 6 – Divulgação de consultorias para lazer e turismo

TURISMO ADAPTADO HOME SOBRE SERVIÇOS GALERIA BLOG CONTATOS

CONSULTORIA

A consultoria é a atividade profissional de diagnóstico e formulação de soluções acerca de um assunto ou especialidade.

No caso, a **Turismo Adaptado presta consultoria para o Lazer e Turismo**, mas que vem sempre agregada com Acessibilidade e Inclusão.

Se você quer **ajuda profissional para resolver problemas na área do turismo acessível e inclusivo**, nós temos a solução. Porém é importante que isso seja visto não somente como uma solução de problemas, mas também como uma maneira de **potencializar seu negócio ou projeto**.

Fonte: Página inicial do Site Turismo Adaptado¹⁶.

Encontramos a aba “Blog” (Figura 7), que redireciona o usuário a uma página com um mural com várias notícias sobre acessibilidade. Quem escreve é o próprio proprietário da Agência e do site, Ricardo Shimosakai, e, aparentemente, o conteúdo do blog é alimentado quinzenalmente com notícias diversas a respeito de inclusão e acessibilidade. Nessa parte do site também constam informações úteis, como mencionado anteriormente (sobre a possibilidade de pessoas com deficiência solicitarem seu passaporte com acessibilidade), matéria sobre carros adaptados para pessoas com deficiência, informações sobre viagens acessíveis e relatos de experiências de turismo de pessoas com deficiência física.

¹⁶ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

Figura 7 – Blog de notícias sobre acessibilidade



The image shows a screenshot of the 'Turismo Adaptado' blog homepage. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, SOBRE, SERVIÇOS, GALERIA, BLOG, and CONTATOS, along with a language selector (Brazilian flag) and a search icon. Below the menu, there are three featured articles, each with a small image and a text snippet:

- Article 1:** "Google Maps acessível. Introdução da opção de trajetos com 'Acessibilidade' na navegação." by Ricardo Shimosakai | 25 abr, 2018. The image shows a woman in a wheelchair on a city street.
- Article 2:** "Airbnb com acessibilidade. 21 filtros auxiliam pessoas com deficiência na escolha de hospedagem." by Ricardo Shimosakai | 18 abr, 2018. The image shows two men sitting at a desk in an office setting.
- Article 3:** "Desconto em passagens aéreas. Benefício para passageiros com deficiência com acompanhante." by Ricardo Shimosakai | 11 abr, 2018. The image shows a man and a woman at an airport with luggage.

Fonte: Blog do Site Turismo Adaptado¹⁷.

A exemplo do que buscamos analisar neste estudo, destacamos um post do blog (Figura 8) que é sobre um cruzeiro que ocorreu na páscoa de 2018 e que, segundo o site, é acessível. O post explica que o navio possui rampas, elevadores, banheiros acessíveis etc. No entanto, fica claro em todos os aspectos elencados que essa acessibilidade está restrita a questões arquitetônicas. Logo, as pessoas com deficiência visual – ou qualquer outra deficiência – não estão contempladas na acessibilidade exaltada pela postagem. Se considerarmos a acessibilidade como a “[...] possibilidade de usar algum elemento ou espaço por **pessoas em geral**” (SANTOS FILHO, 2010, p. 37, grifo nosso), questionamos a exaltação da acessibilidade nesse contexto, uma vez que não há referências a pisos táteis, cardápios adaptados e programação de lazer com audiodescrição, por exemplo, que permitiriam tornar essa experiência acessível a outras pessoas com diferentes deficiências.

¹⁷ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/blog/>>. Acesso em: 6 maio 2018

Figura 8 – Post sobre cruzeiro acessível

Fonte: Site Turismo Adaptado¹⁸.

Outro fator importante é que foi disponibilizado um vídeo sobre o cruzeiro para que as pessoas pudessem ter uma noção sobre a experiência, porém as pessoas com deficiência física não são retratadas nas imagens, o que nos conduz à reflexão se realmente há uma preocupação em incluir pessoas com deficiência ou se apenas existe essa possibilidade e infraestrutura mínima para tanto. Tais constatações nos levam a refletir sobre a acessibilidade como condição de pertencimento, uma vez que “fazer parte” é condição essencial para inclusão de pessoas com deficiência (SANTOS FILHO, 2010).

Nota-se, assim, que a acessibilidade comunicacional se faz necessária para fazer com que as linguagens verbal, visual e virtual possam alcançar a todos, sem excessões. Desse modo, a comunicação mostra sua extrema importância para englobar e retratar todos os públicos, visto que ela é capaz de disseminar informação de maneira rápida e simples para todos, seja através de texto, imagem, vídeo etc. Porém, a maneira incoerente de divulgar o conteúdo torna o discurso frágil, além do fato de que deixa de existir veracidade no que está sendo dito, uma vez que a prática não acompanha o que está sendo afirmado na teoria.

¹⁸ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/cruzeiro-sem-barreiras/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

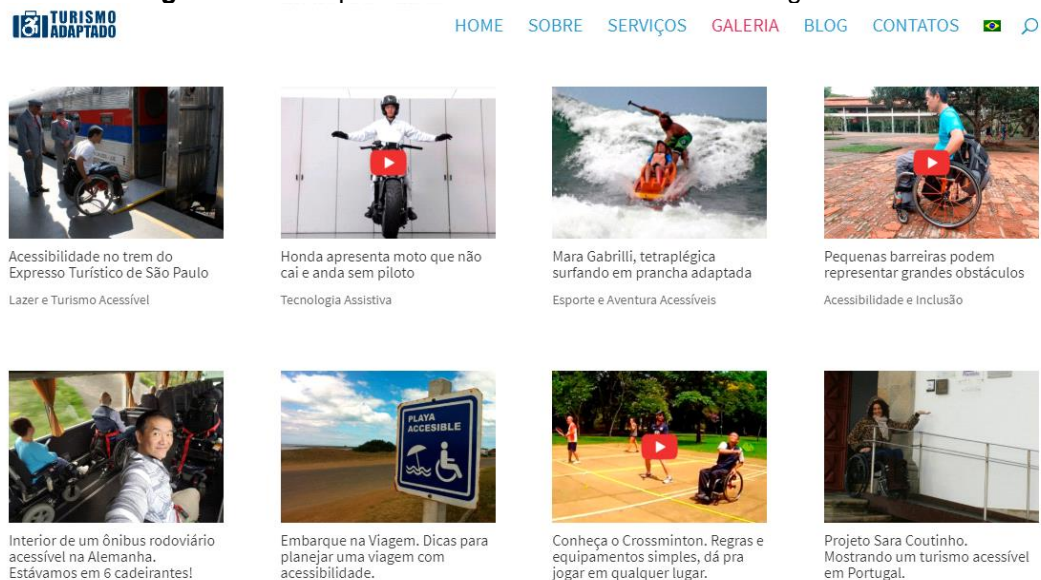
Tal evidência vai de encontro à própria colocação do idealizador do blog, pois, segundo Shimosakai:

Importante é não confundir inclusão com integração. Um hotel, por exemplo, que possui uma parte de seus quartos adaptados. Isso é integração. Inclusão seria a pessoa com deficiência poder escolher qualquer quarto do hotel. No fundo integrar também é um ato de discriminação, afinal o ato de discriminar tem a ver com a separação e distinção (SHIMOSAKAI, 2009, p.2).

Ora, se inclusão é poder estar em qualquer espaço, parece-nos um contrassenso que uma alternativa de lazer (como um cruzeiro) possa contar com uma comunicação tão excludente. Percebe-se, também, que o site se apresenta como um veículo amplo e abrangente no que se refere à acessibilidade e à inclusão, pois possui desde relatos sobre viagens feitas até palestras para melhorar a motivação e a autoestima. Ademais, de acordo com Sasaki (2006), é necessário construir uma comunicação interpessoal sem barreiras, o que vai de encontro com o conceito de acessibilidade comunicacional abordado na teoria.

Na Figura 9 há diversas imagens de pessoas em lugares turísticos diferentes, entretanto somente são retratadas pessoas com deficiência física nessas atividades de turismo, o que deixa claro que há uma ênfase nesse tipo de deficiência. Sendo assim, refletimos sobre a relação que se estabelece entre o discurso proposto no site e a ação propriamente dita.

Figura 9 – Exemplos de Pessoas com deficiência divulgados no site



Fonte: Galeria do Site Turismo Adaptado¹⁹.

Na verdade, o problema não está em dedicar-se exclusivamente a esse público, mas sim em utilizar o mote da acessibilidade de forma genérica, contribuindo para a desinformação reinante da sociedade, isto é, a acessibilidade arquitetônica como sinônimo da resolução de todos os problemas sobre as pessoas com deficiência.

Para verificar a acessibilidade do site da Agência Turismo Adaptado em relação à acessibilidade para pessoas com deficiência visual, foi utilizada a plataforma W3C Unicorn²⁰, ferramenta para a validação dos padrões Web que testa, entre outras coisas, quão acessível é o site referido. O teste foi feito com o intuito de analisar se o site da organização possui ferramentas de acessibilidade para que pessoas com deficiência visual possam navegar com autonomia. O modo de verificação é simples, basta enviar o link que a plataforma o analisa. Após o reconhecimento do site, verificou-se que o mesmo não passou no teste de acessibilidade.

Além desse verificador, também foi utilizada a plataforma Lowvision²¹, que se trata de uma ferramenta verificadora focada em problemas de visão, que permite testar o site desejado a fim de verificar se o mesmo apresenta acessibilidade para pessoas com problemas específicos de visão, tais como cataratas, daltonismo e glaucomas. Ao realizar a validação verificou-se, mais uma vez, que o site em questão também não apresenta acessibilidade para pessoas com esses problemas específicos de visão.

Através do auxílio desses dois validadores, foi possível concluir que o site não possui acessibilidade para pessoas com deficiência visual, ou seja, não é possível que sujeitos com deficiência visual tenham acesso ao conteúdo do site e às opções de turismo disponíveis sem precisar do auxílio de outra pessoa. Segundo Aranha (2001, p. 20):

Não haverá inclusão da pessoa com deficiência enquanto a sociedade não for inclusiva, ou seja, realmente democrática, onde todos possam igualmente se manifestar nas diferentes instâncias de debate e de tomada de decisões da sociedade, tendo disponível o suporte que for necessário para viabilizar essa participação.

¹⁹ Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/galeria-multimedia-turismo-adaptado/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

²⁰ Validador W3C Unicorn disponível em: <<https://validator.w3.org/unicorn/>>. Acesso em: 22 maio 2018.

²¹ Validador Lowvision disponível em: <<http://lowvision.support/>>. Acesso em: 22 maio 2018.

Nesse contexto, cabe ressaltar a importância da comunicação no que diz respeito à inclusão, uma vez que a mesma protagonizou a formação das primeiras sociedades e está na origem do desenvolvimento humano, de acordo com a forma como ocorre a relação e a interação entre as pessoas, visto que os grupos sociais desde o início se estruturam através dos anos tendo o ato de comunicar como seu. Além disso, tem papel fundamental no esclarecimento acerca do tema acessibilidade, a fim de divulgar mais informações na mídia e utilizar-se de estratégias de comunicação assertivas para alcançar um maior número de pessoas.

Dessa forma, a comunicação

[...] como campo de conhecimento é um processo contínuo e permanente que permeia as interações humanas atuando como um sistema dialógico com o objetivo de informar, persuadir, motivar e alcançar a compreensão mútua. Sendo a comunicação essencialmente uma dimensão social, podemos considerá-la como uma célula indispensável aos sistemas sociais, ou seja, se não há comunicação, não há sistema social. Dessa forma, também as organizações são sistemas que, como todo sistema social, estão constituídas por comunicações. (FERRARI, 2008, p. 78).

Não obstante, a comunicação também é responsável pela mediação dos conflitos existentes entre as pessoas e a sociedade em geral. De acordo com Oliveira (2011, p. 86): “A comunicação, portanto, está diretamente relacionada com a promoção do relacionamento humano, do desenvolvimento do sujeito e da cidadania.”. Nesse caso, na ausência da comunicação cria-se uma carência nos relacionamentos e, conseqüentemente, a exclusão da parte menos influente.

Nesse contexto, o relacionamento com o público é o que determina o sucesso de uma organização, já que o público refere-se a “[...] grupos com diversos enfoques culturais, étnicos, religiosos e econômicos.” (WILCOX, 2001 apud FRANÇA, 2011, p. 278), e, diante disso, os interesses desse grupo podem ou não ir ao encontro da organização. Os relacionamentos serão plenos quando a organização tiver pleno conhecimento de seus públicos. Diante disso, como organização que tem por objetivo atender pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida, não disponibilizar turismo acessível para estes é uma grande incoerência.

A Figura 10 mostra o logotipo do site, que significa a maneira como ele se apresenta para os diferentes públicos e o modo como o mesmo deseja ser lembrado. Nota-se, mais uma vez, que a ênfase está somente em um tipo de deficiência, visto que se trata da imagem de uma mala de viagem, e dentro há uma pessoa se locomovendo de cadeira de rodas, fazendo referência à deficiência física.

Figura 10 – Logo do site Turismo Adaptado



Fonte: Site Turismo Adaptado²².

A análise do site nos faz perceber que o mesmo parece não ter coerência, no momento em que só divulga viagens de pessoas com deficiência física e exclui ou deixa de mostrar outras possibilidades para permitir o acesso a outros tipos de deficiência. Embora essa restrição ou escolha de público seja legítima, em momento algum isso fica claro, seja na missão ou nas descrições dos serviços prestados pela Agência. Os públicos são cada vez mais diferenciados e exigem atenção específica. Grunig (2011) reforça essa linha de raciocínio ao afirmar que usar o termo “público em geral” é uma grande contradição, porque o público sempre será um grupo especializado.

Ricardo, dono e fundador da agência de turismo adaptado, é uma pessoa com deficiência física, o que explica até certo ponto que sua maior preocupação e *expertise* seja em atender às demandas de pessoas que passam pela mesma situação que ele, no entanto, o discurso da agência fala de inclusão e acessibilidade para todos os tipos de deficiência, não somente para uma. Sendo assim, o discurso está distante da ação, uma vez que não há a inclusão de outros tipos de deficiência que não seja a física, ainda que a agência afirme ser inclusiva e acessível para todos. Ocorre que a mesma, aparentemente, não é uma agência de turismo inclusiva, e tampouco o site satisfaz essa condição, pois generaliza o termo “pessoas com deficiência” referindo-se apenas

²² Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

a pessoas com deficiências físicas. A própria logotipia refere-se ao símbolo internacional da pessoa com deficiência física, fator que comprova ainda mais a restrição das demais deficiências e o foco dado na comunicação. Logo, questiona-se, mais uma vez, a efetividade do turismo para todos oferecido pela organização estudada.

A organização é um fenômeno comunicacional contínuo (KUNSCH, 2006) e, diante disso, fica claro que a agência se comunica de forma inadequada com seus públicos de interesse, uma vez que, embora diga oferecer um serviço específico para um determinado grupo de pessoas, não contempla todo o grupo em si. Os relacionamentos serão satisfatórios no momento em que a organização tiver pleno conhecimento de seus públicos. Em relação ao site estudado, as consequências de uma comunicação equivocada faz com que a agência perca sua credibilidade, uma vez que não está sendo transparente no que diz respeito aos serviços que presta.

A comunicação estratégica, por sua vez, também é responsável por transcender as dimensões tangíveis de produtos e serviços e gerar um conceito, o qual poderá servir de manutenção para os seus vínculos internos e estabelecer relacionamentos com os diversos setores existentes na sociedade (FERRARI, 2011). Por conseguinte, além de não cumprir com sua missão, a agência acaba por propagar informações sem dominar o conteúdo, fator que causa a desinformação acerca do tema e cria a percepção de que somente se pode pensar em alternativas para a pessoa com deficiência física, ignorando as demais.

Segundo Aranha (1995, p. 69): “O discurso é vazio! Copiado de outras realidades e não aprendido e construído na prática e dinâmica das relações sociais. Politicamente correto, não é ainda, entretanto, fruto de reflexão, de opção e de construção desta sociedade.”. Além dessa agência, analisada através do seu site, a maioria dos ambientes que se dizem acessíveis dificilmente apresenta, de fato, acessibilidade total para que todas as pessoas com deficiência possam desfrutar, com autonomia, do turismo e lazer.

Parece cada vez mais fácil falar em inclusão e acessibilidade para todos, uma vez que a fala já está pronta e o tema frequentemente vem sendo abordado em discussões. No entanto, torna-se difícil oferecer, na prática, um serviço que contemple a todas as pessoas com deficiência, sejam estas deficiências físicas, visuais, auditivas ou

intelectuais. A organização analisada é, basicamente, um protótipo de uma agência acessível que, se cumprisse com sua missão, seria capaz de proporcionar acesso ao lazer diferenciado através de um tipo de turismo ideal para pessoas com deficiência, seja ela qual for.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho se deu pelo interesse pessoal da autora pelo tema e pela percepção, devida à observação da sociedade como um todo, de como ainda tem muito o que se estudar sobre ele. Ao desenvolver este estudo, pôde-se perceber que o tema abordado ainda carece de muitos avanços, visto que, até então, há muitas práticas sociais que necessitam ser desconstruídas, em especial no contexto da inclusão e do acesso das pessoas com deficiência ao lazer.

Uma vez que o turismo é para todos, não pode haver barreiras ou adversidades que impeçam esse tipo de lazer. A fim de atender aos objetivos propostos inicialmente, observou-se que o site da agência Turismo Adaptado não é acessível para pessoas com deficiência visual, pois não possui recursos de acessibilidade para esses sujeitos, tais como opções de contraste, ampliação de texto e/ou descrição das imagens, tampouco alternativas capazes de torná-lo acessível. Ao mesmo tempo, através da análise do site da organização sobre os serviços prestados e as propostas de serviços percebe-se que os mesmos não oferecem infraestrutura de acessibilidade para os diferentes públicos, como sua comunicação sugere, e, por conta disso, não desempenha, na prática, o que propõe na teoria.

Este é o momento de tomarmos parte, como comunicadores, dessa discussão e para ocupar os enormes vácuos que ainda existem na sociedade brasileira com relação ao cumprimento dos direitos básico do cidadão, especialmente das pessoas com deficiência. Não devemos ser marcados por nossas limitações, mas podemos sê-lo por nossas competências de trabalho e habilidades (MOREIRA, 2008, p. 3). Não se pode pensar na inclusão como um favor, benevolência ou concessão, ao contrário, deve ser encarada como uma obrigação, um dever de cada um e de todos nós.

É evidente que a inclusão de pessoas com deficiência no turismo é um processo complexo que, na maioria das vezes, demanda um planejamento maior para sua completa aplicação. Em contrapartida, a sociedade abriu portas para as pessoas com deficiência conquistarem seu lugar, contudo somente isso não basta. É necessário adaptar os locais de modo que se tornem acessíveis para todos, sem excluir uma parcela – significativa – da sociedade. Não obstante, não basta ter equipamentos

sofisticados e uma completa infraestrutura se não tivermos profissionais qualificados para atender aos públicos.

O site da organização estudada, objeto de estudo deste trabalho, embora se apresente como uma empresa responsável por proporcionar turismo acessível para um determinado tipo de pessoas, não cumpre efetivamente aquilo que propõe, pois *não existe acessibilidade comunicacional para inclusão de pessoas com deficiência no turismo*, o que responde a pergunta problema proposta no início do trabalho. Nesse caso, não basta possuir conteúdo digital se o mesmo não irá chegar para todos, o que resulta em processos e práticas excludentes em contextos onde, teoricamente, deveriam ser de inclusão social (principalmente quando o discurso da organização está direcionado em prol da acessibilidade). É, no mínimo, decepcionante descobrir que, mesmo ao se tratar de uma agência criada por uma pessoa com deficiência física, a mesma não cumpre, na prática, o que propõe na teoria, conforme observado na análise do site da agência em questão.

A organização como um todo deve estabelecer meios de adaptar seu sistema não somente para que pessoas com deficiência possam fazer parte dela, mas também no que se refere à imagem que a organização quer transmitir junto aos seus públicos de interesse, sejam eles clientes, colaboradores ou a própria opinião pública. No caso do site analisado, a comunicação com os públicos é baseada na premissa de que a acessibilidade se faz presente para todos, entretanto a agência acaba por não se comunicar efetivamente com todo o seu público, já que nem ao menos parece saber identificar quem é, uma vez que lida como se todas as deficiências se limitassem à deficiência física e como se, ao resolver os problemas específicos dessas pessoas, tudo se resolveria.

Dessa forma, respondendo ao objetivo geral deste trabalho – de *identificar como a agência se comunica com esse público específico* –, percebe-se que a organização não se comunica com todo o público e, se o faz, está se comunicando de maneira errônea, uma vez que dispõe de serviços para apenas uma deficiência específica, fator que vai contra o seu discurso de proporcionar turismo acessível para todos. A comunicação é a base para o entendimento mútuo e, sendo assim, é preciso, de fato, preocupar-se com o público que se deseja alcançar e adaptar suas mensagens a ele.

À medida que uma organização restringe a informação ao público do seu interesse, não está cumprindo com sua premissa de ser efetivamente para todos. Sendo assim, a proposta de serviços de turismo, por consequência, que se diz acessível, também acaba por não cumprir esse papel.

Tornar a comunicação parte do processo de inclusão significa adaptar os textos, tanto na forma quanto no conteúdo, fazendo o uso do braille para que pessoas com deficiência visual tenham entendimento. A utilização de materiais que ajudem a conscientizar sobre a importância desse tema na elaboração de campanhas, lembrando-se das pessoas com deficiência e da necessidade de acessibilidade dos locais, também parece ser uma maneira de abordar o assunto. Em suma, a comunicação possui o papel de conscientização, visto que é responsável pela informação que circula na mídia e pelo conteúdo que é divulgado.

A presença de barreiras no acesso à informação acarreta em dificuldades para que pessoas com deficiência desfrutem do lazer desejado com independência e autonomia. Com o surgimento das novas tecnologias, além da sofisticação e aprimoramento dos métodos de comunicação já existentes, criam-se cada vez mais novas alternativas que tornam mais dinâmicas as possibilidades de comunicação. O papel do comunicador, nesse contexto, é se informar sobre elas e executá-las de maneira que contemple a todos.

Diante disso, o profissional da comunicação deve, antes de qualquer coisa, pensar em adaptação, entretanto sem se esquecer de divulgar o que já foi feito. É necessário propagar informações que sejam coerentes com a realidade, que venham de fontes conhecidas e que possam, realmente, auxiliar as pessoas com deficiência que pretendem viajar. A mídia deve ser utilizada para fins de divulgação, mas não só para isso, pois se trata de diferentes veículos que podem trabalhar juntos, simultaneamente, cada um com um propósito específico. Deve-se lembrar de que, acima de tudo, os comunicadores detêm responsabilidade social perante esse assunto e, sendo assim, o conhecimento deve ser facilitado para todos que precisam dele, e isso pode ser feito através da democratização da internet, com a finalidade de torná-la um meio de informação para todos, sem exceções.

É preciso saber que o lucro não pode ser almejado imediatamente, não há atividade turística sem as premissas básicas: infra-estrutura de acesso, qualificação profissional, segurança, empreendimentos diferenciados e qualidade no atendimento, enfim, planejamento. (FERREIRA, 2002, p.1)

Desse modo, refletindo então sobre o turismo que temos e o turismo que deveríamos ter, independente de estarmos longe daquilo que se espera enquanto “ideal”, percebemos o seu papel enquanto atividade transformadora de espaço, capaz de gerar lucro para um país inteiro, empregando quantidade significativa de mão de obra e exigindo considerável investimento. Há um interesse advindo dos locais turísticos, que buscam atrair visitantes, criando atrações diferentes e divulgando o que já existe, o que vem a ser um fator positivo no que se refere à melhoria das condições de turismo acessível.

Logo, deve haver uma preocupação em atender a todos os turistas, e não só a uma parcela deles, transformando todos os locais em acessíveis, já que o turismo tem como um de seus objetivos proporcionar diversão, conhecimento e acesso à cidadania, sem distinção de público. O turismo inclusivo é essencial para cumprir a premissa de que o turismo é para todos.

Em contrapartida, devemos pensar nos estigmas que continuamos perpetuando. O comunicador tem a função de abrir os olhos da sociedade, moldar os conceitos antigos e fazer as pessoas compreenderem assuntos sobre os quais não sabem a respeito (muitas vezes porque não são discutidos). Muitos medos e estigmas do indivíduo se dão pelo fato de o mesmo não conviver com uma pessoa com deficiência, não saber como lidar ou tratar. Na medida em que isso se torna comum, isto é, quando se coloca, lado a lado, pessoas com e sem deficiência, aprende-se a lidar com o “diferente” de modo natural.

Ainda que existam políticas públicas que garantam o acesso das pessoas com deficiência em locais turísticos, o caminho para a acessibilidade em todas as instâncias da vida desses sujeitos está longe do ideal. Não obstante, evidencia-se a falta de bibliografia disponível acerca da inclusão de pessoas com deficiência no turismo, o que demonstra, de certa forma, o pouco incentivo que é dado ao assunto. Entretanto a construção de uma sociedade inclusiva é possível, mesmo que pareça uma realidade distante.

Diante disso, fica evidente a importância da comunicação enquanto veículo disseminador de informação e do comunicador como administrador desse conteúdo. Deve ser abordada a acessibilidade a fim de fazer com que a sociedade entenda sua importância e, mais do que isso, sua relevância. É justamente essa comunicação que garantirá ao sujeito com deficiência a igualdade perante aos demais. Evidencia-se, também, a responsabilidade e o impacto social da atuação do profissional de Relações Públicas nesse contexto, especialmente no que se refere à acessibilidade no turismo. Nota-se uma carência de informações, de modo que não há planejamento adequado e, conseqüentemente, ações comunicacionais que busquem a autonomia desse público específico.

REFERÊNCIAS

- ARANHA, Maria Salete Fábio. **A deficiência através da História**. Disponível em: <<http://www.sorri.org.br/sites/default/files/A%20defici%C3%Aancia%20atrav%C3%A9s%20da%20hist%C3%B3ria%20-%20Temas%20em%20Psicologia%20.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2017.
- _____. Integração Social do deficiente: Análise conceitual e metodológica. **Temas em Psicologia**, Bauru, n. 2, 1995. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v3n2/v3n2a08.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2017.
- _____. Paradigmas da relação da sociedade com as pessoas com deficiência. **Revista do Ministério Público do Trabalho**, Ano XI, n. 21, mar. 2001, pp. 160-173. Disponível em: <<http://www.adiron.com.br/arquivos/paradigmas.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2017.
- BARBIERI, Adriane Rodrigues. **Mobilização social e comunicação: O caso da ONG parceiros voluntários**. 2015. 93 f. TCC (Graduação) – Curso de Relações Públicas, Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/135387/000987914.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 14 maio 2018.
- BARRETTO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995.
- BRADDOCK, D. **Opening close doors – the Deinstitutionalization of Disabled Individuals**. Virginia: The Council for Exceptional Children, 1977.
- BRADLEY, V. J. **Deinstitutionalization of Development Disabled Persons – a Conceptual Analysis and Guide**. Baltimore, Maryland: University Park Press: 1978.
- BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Estatuto da Pessoa Com Deficiência**. Brasília, DF, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm>. Acesso em: 12 abr. 2018.
- CARLA, Lilian. **Acessibilidade é muito mais do que rebaixar calçadas**. Disponível em: <<https://www.recantodasletras.com.br/artigos/1932014>>. Acesso em: 23 abr. 2018.
- CONDORCET, Bernard. **Acessibilidade de conteúdo disponibilizado na web**. Núcleo de computação eletrônica, 2006.

CONVENÇÃO sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Protocolo Facultativo à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Decreto Legislativo nº 186, de 09 de julho de 2008: Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. 4. ed., rev. e atual. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, 2010. 100p. Disponível em: <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/downloads/direitos/Convencao_Pessoas_Com_Deficiencia.pdf>. Acesso em: 05 maio 2018.

CULTURA E TURISMO. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao2/artigo1.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

DECLARAÇÃO DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA. Disponível em: <<http://www.esscvp.eu/wordpress/wp-content/uploads/2015/06/DeclaradosDireitosdasPessoasDeficientes.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

DEFICIENTE ONLINE. **Tipos de Deficiência Física**. Disponível em: <http://www.deficienteonline.com.br/deficiencia-fisica-tipos-e-definicoes___12.html>. Acesso em: 27 mar. 2018.

DUARTE, Donária Coelho et al. Turismo acessível no Brasil: um estudo exploratório sobre as políticas públicas e o processo de inclusão das pessoas com deficiência. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [s.l.], v. 9, n. 3, p.537-553, 8 dez. 2015. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/viewFile/863/690>>. Acesso em: 20 maio 2016.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

FIGUEIRÓ, Gabriel de Abreu. **A dimensão comunicacional na inclusão de pessoas com deficiência em organizações**. 2016. 63 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Públicas, Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/147097/000999041.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 18 maio 2018.

FERRARI, Maria Aparecida. Contexto global e latino-americanos da comunicação e Relações Públicas. In: FERRARI, Maria Aparecida; França, Fábio; GRUNIG, James E. (Org.). **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011, p.131-237.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologias e estratégias**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

FOTOS PÚBLICAS. **A primeira rota acessível do Centro Histórico de Salvador foi inaugurada nesta quinta-feira, “Pelô Acessível”**. 2013. Disponível em: <<https://fotospublicas.com/rota-acessivel-centro-historico-salvador-inaugurada-nesta-quinta-feira-acessivel/>>. Acesso em: 7 maio 2018.

FRANÇA, Fábio. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. 2 ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2008.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: La Identidad Deteriorada. Amorrorto, 1998.

_____. **Estigma**: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. 45 ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1988.

GOVERNO DO BRASIL. **Brasil é o 6º do mundo em economia do turismo**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/04/brasil-e-o-6o-no-mundo-em-economia-do-turismo>>. Acesso em 12 mar. 2017.

GRUNIG, James. E. Uma teoria geral das Relações Públicas: quadro teórico para o exercício da profissão. In: FERRARI, Maria Aparecida; França, Fábio; GRUNIG, James E. (Org.). **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos. São Paulo: Difusão, 2011, p.17-118.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas**: Teoria, Contexto e Relacionamento. Ed. Difusão, 2009.

KANNER, L. **A history of the Care and Study of the Mentally Retarded**. Springfield, Illinois: Charles C. Thomas Publisher, 1964.

KIEFER, Sandra Filomena Wagner; CARVALHO, Maria Constança Madureira Homem de. Turismo Acessível e Inclusivo: Uma realidade possível. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS SOBRE A DEFICIÊNCIA, 1., 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Usp, 2013. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/1349759-Turismo-acessivel-e-inclusivo-uma-realidade-possivel-1.html>>. Acesso em: 04 maio 2018.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. Summus Editorial, 2003.

_____. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, p. 167-190.

LOW VISION SUPPORT. **Validador de acessibilidade Low Vision**. Disponível em: <www.lowvision.support/> Acesso em: 22 maio 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MENTE & CÉREBRO. **Cadeira anfíbia chega às praias de São Paulo**. 2013. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/vivermente/noticias/cadeira_anfibia_chega_as_praias_de_sao_paulo.html>. Acesso em: 15 mar. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas e indicadores de turismo mundial**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>> Acesso em: 12 mar. 2018.

_____. **Prêmio de Direitos Humanos contempla Turismo Acessível**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7166-turismo-acess%C3%ADvel-experi%C3%A4ncias-bem-sucedidas-impulsionam-o-setor-2.html>>. Acesso em: 22 maio 2016.

_____. **Programa Turismo Acessível**. 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/acoes-e-programas/4889-programa-turismo-acessivel.html>>. Acesso em: 22 maio 2016.

_____. **Turismo Acessível: MTur apresenta ações para viajantes com deficiência**. 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAultimas-not%C3%ADcias/7083-turismo-acess%C3%ADvel-minist%C3%A9rio-apresenta-a%C3%A7%C3%B5es-para-viajantes-com-defici%C3%A4ncia.html>(Acesso em 20 de maio de 2016)

_____. **Turismo Acessível. Um Brasil onde todos possam viajar**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAultimas-not%C3%ADcias/7181-turismo-acess%C3%ADvel-um-brasil-onde-todos-podem-viajar.html>>. Acesso em: 20 maio 2016.

_____. **Turismo lança versões em inglês e espanhol de aplicativo de acessibilidade**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/6291-jogos-paral%C3%ADmpicos.html>>. Acesso em: 20 maio 2016.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade Sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

MUSEU DO FUTEBOL. **O programa de acessibilidade do Museu do Futebol – PAMF**. Disponível em: <<https://www.museudofutebol.org.br/pagina/acessibilidade>>. Acesso em: 7 maio 2018.

NOÇÕES Básicas de Turismo. Disponível em: <http://portal.pmf.sc.gov.br/arquivos/documentos/pdf/11_11_2009_12.49.07.432d004c9d8ab2ee89f865e5710b8bd7.pdf>. Acesso em: 19 out. 2017.

OLIVEIRA, Maria. **A Influência dos Eventos na Taxa de Ocupação Hoteleira**. 2014. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/8757/1/2014.04.005_.pdf>. Acesso em: 11 maio 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

PEREIRA, Ana Cristina Cypriano. **Inclusão de Pessoas com Deficiência no Trabalho e o Movimento da Cultura Organizacional**: Inclusão de Pessoas com Deficiência no Trabalho e o Movimento da Cultura Organizacional. 2011. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação, Departamento de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29934/000778168.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 05 maio 2018.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Conceito de deficiência física**. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/conceito-de-deficiencia-fisica/60977>>. Acesso em 04 nov. 2017.

_____. **Características e conceito de deficiência visual**. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/direito/conceitos-e-caracteristicas-da-deficiencia-visual/44645>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

RUBIN, S. E.; ROESSLER, R. T. **Foundations of the Vocational Rehabilitation Process**. Baltimore, Maryland: University Park Press, 1978.

SANTOS FILHO, Gildo Magalhães. Construindo um itinerário histórico do desenho universal: a normalização nacional e internacional da acessibilidade. In: ORNSTEIN, Sheila Walbe; ALMEIDA PRADO, Adriana Romeiro de; LOPES, Maria Elisabete (Orgs.). **Desenho universal**: caminhos de acessibilidade no Brasil. São Paulo, Annablume, 2010. P. 35-43.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão**: Construindo uma sociedade para todos. Rio de Janeiro: WVA, 2006.

_____. **Inclusão**: Construindo uma sociedade para todos. 3 ed. Rio de Janeiro: WVA, 1997.

SHIMOSAKAI, Ricardo Noboru. **A inclusão aplicada ao turismo**. São Paulo, 2009. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/folders/0B4oEEIMJUyTfeDFsbk94MGp0VnM>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

_____. **Cruzeiro sem barreiras. Inédito grupo de pessoas com deficiência para cruzeiros**. 2017. Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/cruzeiro-sem-barreiras/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

SIGNIFICADOS. **Significado de Comunicação**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 06 maio 2018.

_____. **Significado de Deficiência Visual**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/deficiencia-visual/>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

SILVA, Sandro Takeshi Munakata da; ROSSETTI, Regina. Relações Públicas e as Teorias da Comunicação: afinidades teóricas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIII, 2010, Caxias do Sul. **Artigo**. Caxias do Sul: Intercom, 2010. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0268-1.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2018.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 51-61.

TEIXEIRA, Luzimar. **Turismo e Desenvolvimento Regional**. Disponível em: <<http://www.luzimarteixeira.com.br/wp-content/uploads/2011/04/turismo-e-desenv-local-e-regional.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

TURISMO Acessível. Brasília: UNESCO, Secretaria dos Direitos Humanos, Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Es tudo_do_perfil_do_turista_pessoa_com_deficixncia_set2013.pdf>. Acesso em: 20 maio 2016.

TURISMO ACESSÍVEL. **Guia do Turismo Acessível**. Disponível em: <<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/sobre.mtur>>. Acesso em: 05 maio 2018.

TURISMO ADAPTADO. **Blog**. Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/blog/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

_____. **Galeria Multimídia**. Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/galeria-multimedia-turismo-adaptado/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

_____. **Sobre**. Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/sobre/>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

_____. **Turismo Adaptado: Acessibilidade, lazer e turismo**. Disponível em: <<https://turismoadaptado.com.br/>> Acesso em: 23 mar. 2018.

WERNECK, Cláudia: **Modelo Médico x Modelo Social da Deficiência**. Disponível em: <<http://libras.dominiotemporario.com/fsh/modelomedicomodelosocial.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

WIKIPEDIA. **Comunicação Digital**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunica%C3%A7%C3%A3o_digital>. Acesso em: 06 maio 2018.

_____. **Comunicação Organizacional**: Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunica%C3%A7%C3%A3o_organizacional#cite_ref-1>. Acesso em: 06 maio 2018.

_____. **Comunicação:** Significado e conceito. Disponível em:
<<https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunica%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 06 maio 2018.

W3C UNICORN. **Validador de acessibilidade Unicorn.** Disponível em:
<www.validator.w3.org/unicorn>. Acesso em: 22 maio 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.