



DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AS VULNERABILIDADES DO CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA VISUAL: CASO DE ESTUDO DO SETOR DO TURISMO

AUTORA: Joana Margarida Martins Carvalho

ORIENTADORA: Professora Doutora Raquel Soares

INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING, FEVEREIRO, 2024



AS VULNERABILIDADES DO CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA VISUAL:

CASO DE ESTUDO DO SETOR DO TURISMO

AUTORA: Joana Margarida Martins Carvalho

Dissertação apresentado(a) ao IPAM, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em **Gestão de Marketing** realizado(a) sob a orientação científica da Professora Doutora **Raquel Soares**

INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING, FEVEREIRO, 2024

AGRADECIMENTOS

Com a finalização desta dissertação encerra-se mais uma importante etapa da minha vida.

Queria começar por agradecer infinitamente à minha mãe por ter sempre investido na minha educação sem nunca pensar duas vezes e por sempre me ter apoiado em tudo. Sem ela nunca estaria onde estou hoje.

Um agradecimento especial à minha madrinha Mimi por ter inspirado, em parte, o tema desta investigação. Que o mundo se torne um bocadinho mais fácil para ti e para todos depois desta investigação e de outras que virão.

Ao Pedro por ter estado sempre comigo ao longo de todo este percurso. Obrigada por me ouvires, por me fazeres sempre sentir melhor e por me apoiares sempre.

Aos meus amigos, especialmente ao Joel e à Almeida, por me apoiarem, por se preocuparem e por alegrarem os meus dias.

Um agradecimento enorme à minha orientadora a Professora Doutora Raquel Soares por me ter acompanhado e ajudado ao longo deste percurso.

Agradecer também aos participantes das entrevistas por toda a ajuda e disponibilidade.

Por fim, agradecer à minha avó Lurdes uma das minhas maiores apoiantes que sempre sonhou e quis o melhor para mim e que, com muita pena minha, e dela acredito, não está cá para ver mais uma etapa concluída.

Depois de muito trabalho e de muitas horas posso finalmente dizer que consegui!

RESUMO

Apesar de temas como acessibilidade e inclusão serem bastante discutidos atualmente, é possível entender que na prática, na maioria das vezes, estes conceitos não são aplicados nos diversos setores, tal como acontece com o setor do turismo e os consumidores com deficiência visual o que leva a que estes consumidores se sintam vulneráveis no mercado.

Assim, esta dissertação tem como objetivo geral compreender as vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no setor do turismo.

Para responder a este objetivo foi utilizada uma abordagem metodológica qualitativa já que, o objetivo geral desta dissertação é compreender o comportamento do turista com deficiência visual e os problemas que este sente no setor do turismo. A técnica de recolha de dados selecionada foi a realização de entrevistas semiestruturadas que permitiram perceber com maior profundidade o comportamento deste segmento do turismo, os seus problemas e as suas vulnerabilidades neste setor.

Os resultados deste estudo destacam que o setor do turismo ainda é um setor pouco acessível aos turistas com deficiência visual, onde existem uma série de barreiras, que impedem a participação total destes no setor mencionado. Apesar disto foi também possível compreender que as experiências positivas dos indivíduos com deficiência visual no turismo partem das estratégias eficazes que utilizam para combater as suas vulnerabilidades.

Esta investigação contribui para aumentar o conhecimento sobre as vulnerabilidades dos turistas com deficiência visual no setor do turismo, tentando perceber as estratégias utilizadas por este segmento para ultrapassar os seus problemas e que mudanças podem ser aplicadas pelo setor do turismo com o objetivo de diminuir as vulnerabilidades sentidas.

Palavras-chave: Turismo; Deficiência Visual; Vulnerabilidades; Comportamento Consumidor.

ABSTRACT

Although topics such as accessibility and inclusion are currently widely discussed, it is possible to understand that in practice, most of the time, these concepts are not applied in different sectors, as is the case with the tourism sector and consumers with visual impairments, which leads to these consumers feeling vulnerable in the market.

Thus, this dissertation has the general objective of understanding the vulnerabilities of visually impaired consumers in the tourism sector.

To answer all of these investigation objectives it was utilized a qualitative approach because the main point of this study is to understand the behavior of the visually impaired tourist and the problems in tourism regarding this segment of the market. The data collection technique selected was semi-structured interviews that allow us to understand in more depth the behavior of this segment of tourism, its problems and vulnerabilities in this sector.

The results of this study highlight that the tourism sector is still a sector that is not very accessible to tourists with visual impairments, where there are a series of barriers, namely intrapersonal and interpersonal, which prevent the full participation of this segment in the mentioned sector. Despite this, it was also possible to understand that the positive experiences of individuals with visual impairments in tourism come from the effective strategies they use to try and eliminate their vulnerabilities.

This research contributes to increase the knowledge about the vulnerabilities of tourists with visual impairments in the tourism sector, trying to understand the strategies used by this segment to overcome their problems and what changes can be applied by the tourism sector to help reduce these vulnerabilities.

Keywords: Tourism; Visual impairment; Vulnerabilities; Consumer Behaviour.

ÍNDICE

Agradecimentos	2
Resumo	3
Abstract	4
1. Introdução	8
2. Revisão da Literatura	11
2.1. Conceito de Deficiência Visual	11
2.2. Vulnerabilidades dos Consumidores com Deficiência no Setor do Turismo	12
2.2.1. Conceito de Vulnerabilidade do Consumidor	12
2.2.2. Vulnerabilidades associadas à deficiência no setor do turismo	14
2.2.3. Vulnerabilidades associadas à deficiência visual no setor do turismo	19
2.3. O consumidor com deficiência visual no turismo	22
2.3.1. O turista com deficiência visual	22
2.3.2. O setor do turismo e o consumidor com deficiência visual	25
2.3.3. Estratégias adotadas pelos turistas com deficiência visual para combater as vulnerabilidades do setor	30
3. Metodologia	34
3.1. Identificação e justificação da Metodologia	34
3.2. Técnicas de recolha de dados	36
3.2.1. Entrevista Semiestruturada	36

4. Análise de Dados	41
4.1. O turista com deficiência visual	41
4.2. Barreiras Experienciadas no Turismo pelo Deficiente Visual	45
4.2.1. Barreiras estruturais	45
4.2.2. Barreiras interpessoais	46
4.2.3. Barreiras intrapessoais	47
4.2.4. Barreiras de Informação	48
4.3. Percepção dos Destinos Turísticos pelos Turistas com Deficiência Visual	50
4.4. Estratégias Utilizadas pelos Turistas com Deficiência Visual no Turismo	53
5. Discussão de Dados	55
5.1. O turista com deficiência visual	55
5.2. Vulnerabilidades associadas ao turista com deficiência visual no setor do turismo	58
5.3. o setor do turismo e o turista com deficiência visual	60
5.4. estratégias adotadas pelos turistas com deficiência visual no setor do turismo	62
6. Conclusão	64
6.1. Considerações Finais	64
6.2. Limitações do Estudo e Pistas de Investigação Futura	67
7. Referências Bibliográficas	69
8. Apêndices	94

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil Geral Entrevistados.	39
Tabela 2 - Guião Entrevistas Semiestruturadas.	98

1. INTRODUÇÃO

Segundo a *World Health Organization* (2022) pelo menos 2,2 bilhões de pessoas em todo o mundo sofrem de algum tipo de deficiência visual. Destas, cerca de 295 milhões sofrem de quase cegueira e 43 milhões sofrem de cegueira total. Em Portugal, e segundo os Censos 2021, cerca de 328 mil pessoas têm muita dificuldade em ver e cerca de 23 mil são cegos. Espera-se que o número de pessoas com deficiência continue a aumentar já que, a população está cada vez mais envelhecida (Darcy et al., 2010; Özogul & Baran, 2016). Apesar do número crescente de pessoas com deficiência visual, artigos sobre as experiências deste segmento de no turismo são ainda limitados (Qiao et al., 2023).

O principal objetivo do turismo acessível é uma sociedade igualitária (Lim, 2020). Apesar disto, na sua maioria, o setor do turismo assume que as pessoas com deficiência visual não estão nem interessadas em viajar nem têm os meios financeiros para o fazer uma suposição errada já que estes turistas representam um mercado financeiramente viável (Cockburn-Wooten & McIntosh, 2020). São também vários os estudos que demonstram que os turistas com deficiência são vistos de maneira negativa pelo setor do turismo (Yau et al. 2004; Pagan, 2012; McKercher & Darcy, 2018). A indústria do turismo não considera o conceito de acessibilidade, não tomando qualquer tipo de medidas para se tornar uma indústria mais acessível a todos (Gillovic & McIntosh, 2020) demonstrando que não está atenta aos consumidores com deficiência (Rhodda et al., 2012).

É essencial que o turismo se desenvolva de acordo com as necessidades de todos, incluindo as necessidades dos turistas com deficiência (Scheyvens & Biddulph, 2018). Viajar e usufruir de atividades relacionadas com o turismo é um direito e, por isso mesmo, é necessário tornar o turismo mais acessível (Özogul & Baran, 2016).

Reichel (2011) afirma que são necessários mais estudos sobre as experiências de turismo de pessoas com deficiência. Patterson e Pegg (2011) frisam que é cada vez mais necessário entender as barreiras e os problemas que os turistas com deficiência enfrentam com o principal objetivo de tornar a sociedade mais acessível. Muitos dos estudos existentes focam-se nos problemas de acessibilidade das acomodações e nas dificuldades sentidas pelos turistas com deficiência visual no entanto, estes raramente discutem as estratégias utilizadas pelos turistas com deficiência para superar os problemas presentes no setor do turismo. Elms e Tinson (2012) argumentam ainda que são necessárias mais investigações qualitativas que estudem o comportamento do consumidor com deficiência face às suas vulnerabilidades no mercado já que, este nicho do turismo merece mais pesquisa e conhecimento do que aquilo que existe atualmente (Robinson et al., 2007).

Assim, a presente investigação tem como principal objetivo compreender as vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no setor do turismo.

Para ajudar a responder ao objetivo geral desta investigação foram pensados em quatro objetivos específicos:

1. Compreender quem é o turista com deficiência visual;
2. Compreender as barreiras que impactam o turista com deficiência visual:
 1. Barreiras estruturais;
 2. Barreiras interpessoais;
 3. Barreiras intrapessoais;
 4. Barreiras de informação.
3. Compreender como o turista com deficiência visual percebe o setor do turismo;
4. Compreender as estratégias utilizadas pelo turista com deficiência visual para combater as vulnerabilidades sentidas.

Para responder a todos estes objetivos será utilizada, ao longo da investigação, a metodologia qualitativa com recurso à entrevista semiestruturada.

Assim, este trabalho de investigação divide-se em quatro grandes partes. A primeira grande parte, a revisão da literatura divide-se em duas partes, as vulnerabilidades dos consumidores e o consumidor com deficiência visual no turismo, a segunda grande parte a metodologia é onde irá ser apresentada e justificada tanto a metodologia como as técnicas de recolha de dados utilizadas, a terceira grande parte foca-se na análise e discussão dos dados desta investigação e, por fim, a conclusão.

2. REVISÃO DA LITERATURA

No decorrer deste capítulo será apresentada a revisão da literatura cujo objetivo passa por compreender a literatura relacionada com as vulnerabilidades do turista com deficiência visual que irá servir de base para a presente investigação.

O capítulo Revisão da Literatura divide-se em duas grandes partes que, por sua vez, se dividem em subcapítulos. O primeiro capítulo foca-se nas vulnerabilidades do consumidor onde o primeiro subcapítulo se foca nas vulnerabilidades dos consumidores, o segundo subcapítulo nas vulnerabilidades dos consumidores com deficiência e o terceiro subcapítulo nas vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual. O segundo capítulo foca-se no consumidor com deficiência visual no turismo onde compreende-mos quem é o turista com deficiência visual, de que modo é que este percebe o setor do turismo e quais as estratégias utilizadas pelo turista com deficiência visual para combater os problemas do setor.

2.1. CONCEITO DE DEFICIÊNCIA VISUAL

Deficiência visual é descrita como um termo amplo para descrever a perda de visão (Douglas & McLinden, 2004).

De acordo com a *World Health Organization* (2022) 2,2 mil milhões de pessoas em todo o mundo sofrem de algum tipo de deficiência visual sendo que, deste número total de pessoas com deficiência visual 39 milhões sofrem de cegueira total (WHO, 2019).

Num estudo realizado pela *World Health Organization* (2022) concluiu-se que as duas principais causas de deficiência visual em todo o mundo são erros não corrigidos (43%) e cataratas (33%). Outras causas são glaucomas (2%), retinopatia diabética, tracoma,

degeneração muscular relacionada à idade e opacidades da córnea (1%). É importante realçar que 18% das causas de deficiência visual são ainda indeterminadas.

Segundo Cattaneo e Vecchi (2011), os problemas de visão à distância são categorizados através da acuidade visual que é a nitidez da visão de uma pessoa, onde o numerador representa a distância em metros à qual a pessoa tem de estar do objeto para o visualizar e o denominador representa a mesma distância mas para uma pessoa sem qualquer tipo de problema de visão. Por exemplo, uma pessoa já pode ser considerada cega se a sua acuidade visual for de 3/60 (Dandona & Dandona, 2006). As deficiências visuais que se manifestam ao perto estão relacionadas com a acuidade visual e com o tamanho das letras. Pessoas que apresentem acuidade visual pior que N6, que representa o tamanho de letra base, sofrem de algum tipo de deficiência visual (WHO, 2019).

2.2. VULNERABILIDADES DOS CONSUMIDORES COM DEFICIÊNCIA NO SETOR DO TURISMO

2.2.1. Conceito de Vulnerabilidade do Consumidor

São vários os estudos que já exploraram o que é que pode levar um consumidor a tornar-se vulnerável (Morgan et al., 1995; Baker et al., 2005; Harrison & Gray, 2010). No entanto, Baker et al. (2005) afirmam que existe falta de consenso no que toca a uma única definição de vulnerabilidade do consumidor, algo com que Hill et al. (2020) concordam. Segundo Coelho (2021) isto acontece pois o conceito de vulnerabilidade é estudado de várias perspetivas e, por isso, é interpretado de diferentes maneiras. Já Smith e Cooper-Martin (1997) salientam que a vulnerabilidade do consumidor é um conceito pouco trabalhado e que continua a ser mal interpretado.

Algumas investigações sugerem que os consumidores se tornam vulneráveis devido a fatores internos relacionados com o estado físico ou com as competências cognitivas do próprio indivíduo (Morgan et al., 1995) enquanto que, outros autores afirmam que são os fatores externos relacionados com mudanças no mercado que levam que um consumidor se torne vulnerável (Harrison & Gray, 2010).

Baker et al. (2005) definem vulnerabilidade do consumidor como uma sensação de perda de poder que se manifesta devido ao desequilíbrio do mercado ou através da impossibilidade de consumir certas mensagens de marketing ou produtos. O controlo deixa de estar nas mãos do indivíduo o que cria uma dependência. Falchetti et al. (2016), acrescentam que a vulnerabilidade pode ser experienciada por qualquer consumidor devido a situações que podem ocorrer em qualquer fase da vida como por exemplo uma doença, salário limitado, perda de trabalho, etc., algo com que Baker et al. (2005) e Pavia e Mason (2014) concordam. No entanto, Baker et al. (2005) acrescentam que os grupos marginalizados, discriminados ou estigmatizados correm um maior risco de experienciar qualquer tipo de vulnerabilidade. Falchetti et al. (2016) concordam e argumentam ainda que apesar de estes grupos de consumidores serem mais propícios a sentirem vulnerabilidade no mercado, estes não estão sempre vulneráveis. Estes autores acrescentam que é o próprio contexto de consumo que faz com que os indivíduos se sintam mais ou menos vulneráveis. Elms e Tinson (2012) concordam com este último ponto e acrescentam que a vulnerabilidade aumenta, devido às dificuldades sentidas durante o consumo, levando a que o consumidor tenha sentimentos de exclusão e isolamento o que afeta a sua autoimagem e a perceção de pertença.

Segundo Baker et al. (2005), a vulnerabilidade do consumidor é ainda um fenómeno complexo que só pode ser entendido quando se ouve e observa a rotina de um consumidor vulnerável no mercado. Estudos demonstram que as experiências de vulnerabilidade surgem

da falta de acesso a oportunidades de mercado e do facto de os elementos logísticos do mercado, ao serem criados, não serem pensados para consumidores com deficiência (Baker & Kaufman-Scarborough, 2001).

Baker et al. (2005) salientam o facto de que, vulnerabilidade do consumidor não é o mesmo que necessidades não atendidas, que discriminação, que preconceito, que estigmatização ou que desvantagens.

2.2.2. Vulnerabilidades associadas à deficiência no setor do turismo

De acordo com Pavia e Mason (2014) a literatura de marketing no que toca à vulnerabilidade deixa de parte o consumidor com deficiência apesar de um elevado número de pessoas viverem com este problema. Mason e Pavia (2006) acrescentam a este raciocínio que os consumidores com deficiência parecem ser invisíveis para o mercado. Hill e Dickinson (2005) discordam e afirmam que o conceito de vulnerabilidade do consumidor tem ganho cada vez mais importância dentro do marketing.

Segundo Baker et al. (2002) a vulnerabilidade do consumidor com deficiência surge quando o acesso destes ao mercado é limitado. Bruce et al. (2007) acrescentam que a falta de apoio social a este grupo de consumidores faz com que estes se tornem ainda mais vulneráveis. É preciso salientar que ter uma deficiência não é, por si só, condição suficiente para alguém ser considerado vulnerável (Oliver, 1990; Clough, 2017) no entanto, as pessoas com deficiência têm certas características que quando associadas ao seu contexto fazem com que estas se tornem vulneráveis (Boyle et al., 2020; Shakespeare et al., 2021; Gori et al., 2022).

Baker et al. (2002) salientam o facto de que os consumidores que apresentam maiores dificuldades para se adaptarem à sua deficiência, continuando as suas atividades como se não existisse nenhuma mudança, são aqueles que não conseguem adquirir ferramentas para se adaptarem ao mercado, o que faz com que se tornem vulneráveis.

Segundo Baker (2006) quando os consumidores com deficiência sentem-se excluídos de um local de consumo, o sentimento de vulnerabilidade aumenta pois sentem que estão a ser discriminados devido à sua deficiência.

Murphy (1990) afirma que muitas vezes os provedores de serviços infantilizam o consumidor com deficiência ao acharem que estes são incapazes de realizar atividades no geral, o que cria no consumidor um sentimento de inferioridade. A este pensamento Baker et al. (2002) acrescentam que os provedores de serviços muitas vezes agrupam os consumidores com deficiência num único segmento e, não entendem que cada tipo de deficiência tem necessidades diferentes. Existe assim, uma falta de conhecimento e de interesse que torna a população ignorante às verdadeiras necessidades dos consumidores com deficiência (Sansiviero et al., 2005) É importante salientar que são vários os participantes de diversos estudos que destacam a falta de treino dos funcionários de estabelecimentos (Strenta & Kleck 1984; Kaufman 1995; Hogg & Wilson 2004; Faria et al., 2017).

Os consumidores com deficiência são muitas vezes aconselhados a manterem-se fora do mainstream e a manterem-se no seu lugar (Kitchen, 1998) o que na maioria das vezes leva a que aceitem oportunidades de consumo más ao mesmo tempo que ganham sentimentos de vergonha e culpa sobre si mesmos o que aumenta a sua vulnerabilidade (Wendell, 1989).

Segundo as *United Nations* (2013) as pessoas com deficiência enfrentam inúmeros desafios ao viajar como por exemplo, funcionários com pouca formação, websites não

acessíveis, falta de inclusão nos aeroportos, restaurantes, hotéis, lojas e espaços públicos e falta de informação relativamente à acessibilidade dos destinos turísticos.

Crawford e Godbey (1987), no seu estudo consideram que as barreiras ao setor do lazer se dividem em três categorias: restrições estruturais, restrições interpessoais e restrições intrapessoais. As restrições estruturais estão relacionadas com o contexto externo aos indivíduos como por exemplo a falta de tempo, limitações financeiras, dificuldades nos transportes ou infraestruturas não acessíveis; as restrições interpessoais podem ocorrer da interação entre o indivíduo e o seu círculo social, funcionários ou estranhos ou pode ocorrer pelo facto de o indivíduo não ter companhia nas suas atividades; por fim, as restrições intrapessoais estão relacionadas com o estado psicológico, físico e com as habilidades cognitivas do indivíduo. Estas restrições incluem fatores como stress, ansiedade, falta de conhecimento e problemas de saúde. Packer et al. (2008), Burns et al. (2009), Nyman et al. (2018), Tao et al. (2019) também utilizam este modelo de barreiras nos seus estudos. Assim, e segundo Buhalis et al. (2011) o setor do turismo marca os turistas com deficiência pela negativa devido à presença de todas estas barreiras que levam a más experiências de turismo sendo que, estas tornam-se mais preponderantes e mais difíceis quanto maior for a gravidade da deficiência (Smith, 1987).

Crawford et al. (1991) alteraram o modelo anteriormente emocionado de Crawford e Godbey, (1987) tornando-o um modelo de hierarquia, ou seja, as barreiras ao lazer encontram-se de forma hierárquica. Em primeiro lugar estão as barreiras intrapessoais que condicionam a motivação dos indivíduos, de seguida encontram-se as barreiras interpessoais e, se estas barreiras forem ultrapassadas surgem as barreiras estruturais, que influenciam fortemente a participação dos indivíduos em atividades de lazer.

Para Darcy (2010), Small et al. (2012) e Lyu (2017) as restrições estruturais são aquelas que trazem mais dificuldades ao consumidor com deficiência, ou seja, que o tornam mais vulnerável, e que impedem a participação total destes nas atividades turísticas (Randle & Dolnicar, 2019). Fuente-Robles et al. (2020) concordam que as barreiras estruturais são aquelas que oferecem maiores desafios aos turistas com deficiência, mas acrescentam que a falta de coordenação entre as diferentes pessoas envolvidas na criação de experiências de turismo afeta a participação dos consumidores com deficiência neste setor. Por outro lado, McKercher et al. (2003), Yau et al. (2004) e Packer et al. (2008), acreditam que são as barreiras intrapessoais que mais vulnerabilidade causam nos turistas com deficiência. Packer et al. (2008), afirmam que remover estas barreiras é algo difícil, pois estas baseiam-se nas circunstâncias pessoais de cada um. Kong e Loi (2017) acreditam que as restrições interpessoais e intrapessoais são um maior obstáculo para os consumidores. Já o estudo de Daniels et al. (2004) destaca que a maioria das pessoas com deficiência que não viajam, não o fazem devido às barreiras interpessoais e estruturais. De acordo com os estudos de McKercher et al. (2003) e Bowtell (2015) as barreiras interpessoais são a principal razão para a falta de acessibilidade dos destinos turísticos. De acordo com Darcy (2010) as restrições estruturais ocorrem quando, por exemplo, existe falta de acessibilidade nos quartos, estes apresentam pouco espaço ou quando são publicitados como sendo acessíveis quando na verdade não o são. No estudo realizado por Devile e Kastenholz (2020) os participantes enfatizam que a maioria dos quartos de hotel não são acessíveis. Vários autores (Daruwalla & Darcy, 2005; Bizjak et al., 2011) concordam com esta visão e acrescentam que, a indústria do turismo ainda não desenvolveu os recursos necessários para incluir totalmente as pessoas com deficiência no setor do turismo.

De acordo com Karl et al. (2020), as barreiras intrapessoais e interpessoais diminuem conforme os turistas com deficiência viajam já que, quanto mais experiência os turistas tiverem mais confiança têm na sua capacidade de viajar.

Para Randle e Reis (2016), a educação é vista como a chave para combater as barreiras interpessoais sentidas pelos consumidores com deficiência.

As barreiras de informação existentes limitam muito o acesso dos consumidores com deficiência aos vários setores do mercado (Michopoulou et al., 2015) e fazem com que, as pessoas com deficiência não consigam comunicar da melhor maneira nem consigam receber toda a informação de que necessitam (Randle & Dolnicar, 2019). Packer et al. (2007) afirmam que os turistas com deficiência apresentam pouca confiança nas informações fornecidas pelo setor do turismo. Segundo Williams et al. (2007), a internet oferece muita informação aos turistas acerca dos destinos no entanto, existem ainda muitos problemas no que toca ao acesso à informação principalmente por parte dos consumidores com deficiência. Nos estudos dos autores anteriormente mencionados, apenas 8%, 20% e 6% dos sites de hospitalidade na Austrália, Reino Unido e nos EUA, respetivamente, eram considerados acessíveis sendo que, a maioria destes não apresentava um texto alternativo nem nas imagens nem nos gráficos. Assim, para alguns autores (Hanley et al., 1996; Packer & Carter, 2005; Packer et al., 2007) a qualidade e disponibilidade de informações é o que mais preocupa os turistas com deficiência já que, grande parte desta é imprecisa, incompleta e difícil de obter. É importante salientar que, segundo De Pascale et al. (2021), informações incorretas causam mais danos nas pessoas com deficiência do que a falta de informação. Segundo o estudo de Fodness e Murray (1997), a falta de informação é a principal barreira no que diz respeito à fase de planeamento e organização de uma viagem.

As barreiras económicas também representam um grande problema para os turistas com deficiência (Agovino et al., 2017) já que, alguns turistas, podem sentir-se presos e não viajar tanto quanto gostariam devido a estas (Shaw & Coles, 2004).

Para Yau et al. (2004) as últimas décadas têm apresentado um grande progresso no que toca às barreiras relacionadas com os transportes e acomodações no entanto, as barreiras relacionadas com a comunicação e informação e com atitudes ainda persistem. Packer et al. (2008), afirmam também que nas últimas décadas têm sido feitos esforços para remover a maioria das barreiras presentes no setor do turismo. No entanto, muitos consumidores com deficiência, incluindo os portugueses, não viajam mais devido a todas as barreiras anteriormente mencionadas (Figueiredo et al., 2012). Martínez et al. (2019) salientam que as pessoas com deficiência necessitam de um turismo acessível e inclusivo, livre de qualquer tipo de barreiras.

2.2.3. Vulnerabilidades associadas à deficiência visual no setor do turismo

No que toca ao setor do turismo, a pandemia da Covid-19 e as medidas para a controlar vieram agravar desigualdades já existentes neste setor, fazendo com que, os grupos que já eram vulneráveis se tornassem ainda mais (Jenkins et al., 2021). Jarvis et al. (2020) e Halpern et al. (2021) salientam o facto de que a participação de pessoas com deficiência visual em atividades de turismo diminuiu drasticamente devido às medidas de confinamento, às restrições de mobilidade e aos baixos níveis de rendimentos.

No estudo realizado por Jones et al. (2019) os turistas com deficiência visual salientam que os provedores de serviço, na sua maioria, não têm qualquer tipo de treino para os conseguirem ajudar o que faz com que, este segmento do mercado sinta falta de apoio na

maioria das atividades que realiza. Grady e Ohlin (2009) concordam com as conclusões deste estudo e afirmam que a falta de formação dos funcionários é uma das maiores barreiras para o turista com deficiência visual o que leva a que, os turistas com deficiência visual se sintam ignorados, desconsiderados e frustrados (Richards et al., 2010).

É importante que os provedores de serviços estejam conscientes das diferentes necessidades dos consumidores com deficiência visual para assim conseguirem fornecer-lhes um serviço de alta qualidade (Kong & Loi, 2017). Muitas das vezes, apesar do esforço dos provedores de serviços em ajudar os turistas com deficiência visual a falta de conhecimento e de treino fazem com que os seus esforços sejam em vão (Richards et al., 2010).

Para Qiao et al. (2021) são seis os fatores que impactam o comportamento do turista com deficiência visual: os produtos e serviços do turismo que envolvem a informação, o apoio da gerência, o nível dos serviços e dos produtos, o apoio social, o ambiente que envolve a acessibilidade, os fatores psicológicos pessoais, o apoio da comunidade e os fatores socioeconómicos pessoais.

Segundo Sintáková e Lasisi (2021) existem quatro tipos de barreiras que impedem as pessoas com deficiência visual de viajarem tanto como gostariam. As barreiras pessoais que fazem com que, as pessoas com deficiência visual tenham dificuldade em confiar em estranhos, tenham preocupações com a sua segurança e tenham problemas de comunicação não conseguindo expressar os seus pedidos e as suas necessidades a outros (Loi & Kong, 2017); barreiras sociais que se focam na forma como a sociedade trata este segmento do mercado; barreiras físicas que geram medo de ambientes desconhecidos, de terrenos inacessíveis ou difíceis, de obstáculos não identificados, de portas de vidro não identificadas ou não marcadas em braille, de espaços muito apertados ou muito espaçosos, etc.; barreiras

sociais que podem fazer com que a pessoa com deficiência visual não viaje devido à falta de informação sobre os destinos turísticos. Estas barreiras do estudo de Šintáková e Lasisi (2021) vão de encontro às barreiras do estudo de Crawford e Godbey (1987) anteriormente mencionadas.

Šintáková e Lasisi (2021) realçam que, para o turista com deficiência visual, a informação obtida através da visão não pode ser considerada relevante e, apesar de os restantes sentidos darem informações úteis, estas só são úteis até certo ponto, não podendo substituir a visão. Assim, e segundo Gupta et al. 2020, um dos maiores obstáculos para os turistas com deficiência visual é a falta de informação que existe sobre os destinos turísticos. Macedo e Sousa (2019) salientam que a internet elimina barreiras que possam ser experienciadas pelos indivíduos com deficiência visual no entanto, websites, aplicações e tecnologias mal concebidas potenciam a criação de ainda mais barreiras o que contribui para a exclusão destes consumidores no digital. Para além disso, os turistas deficiência visual não conseguem aceder a grande parte da informação presente na internet (Packer et al., 2008; Randle & Dolnicar, 2019).

Vários autores (Small et al., 2012; Kong & Loi, 2017; Devile & Kastenholtz, 2020) salientam que a falta de ajuda em áudio, como por exemplo áudio-guias, e de apoios táteis são uma grande barreira à participação dos turistas com deficiência visual no turismo.

2.3. O CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA VISUAL NO TURISMO

2.3.1. O turista com deficiência visual

Segundo Hua (2019) os consumidores com deficiência visual representam um grupo significativo no que toca ao turismo, no entanto, assim como os restantes turistas com deficiência, são aqueles mais marginalizados por este setor (Reindrawati et al. 2022).

No estudo realizado por Figueiredo et al. (2012) em Portugal, concluiu-se que o consumidor com deficiência demonstra atitudes positivas em relação ao turismo e valoriza as experiências relacionadas com este setor. Agovino et al. (2017) destaca que este setor tem um impacto positivo na qualidade e no bem estar de todos os turistas sendo que, este impacto é mais sentido pelos turistas com deficiência. Darcy (2010) no seu estudo concluiu, que apenas 1% das pessoas com deficiência identificam esta como um motivo para não viajarem (Darcy, 2010) no entanto, existe a ideia errada de que as pessoas com deficiência não querem viajar (Natalia et al. 2019). Para Packer et al (2008) os turistas com deficiência visual não viajam tanto quanto gostariam em parte devido às barreiras que encontram nos destinos turísticos. Contudo, Westcott (2004) afirma que os consumidores com deficiência são leais e regressam aos sítios onde consigam ter boas acessibilidades que satisfaçam as suas necessidades. Packer et al. (2008), assumem então que, se as barreiras existentes neste setor fossem eliminadas e a acessibilidade melhorasse, os níveis de participação de pessoas com deficiência visual no setor do turismo iriam aumentar.

Segundo Darcy e Buhalis (2010) a maioria das pessoas com deficiência viajam acompanhadas o que faz com que, no mínimo, o lucro para o setor do turismo seja a dobrar. Assim, o setor do turismo começa a compreender que criar destinos acessíveis não é apenas uma obrigação legal ou humanitária, mas é também uma oportunidade de negócio (Packer

et al., 2007). Contudo, as pessoas com deficiência viajam menos e as suas viagens são mais curtas (Schmöcker et al., 2005; Wong, 2018) sendo que, isto é mais evidente nos turistas com deficiência com mais idade (Schmöcker et al., 2005; Clarke et al., 2009; Wennberg et al., 2010; Brumbaugh, 2018; Corran et al., 2018).

É importante destacar que, a maioria dos participantes do estudo de Figueiredo et al. (2012) apresentam baixos níveis de rendimento o que pode significar que os consumidores com deficiência em Portugal não têm tanto poder económico como a maioria do segmento, nem conseguem realizar tantas viagens internacionais como gostariam. Os baixos níveis de rendimento são assim, um poderoso obstáculo à participação deste segmento no setor do turismo (Figueiredo et al., 2012). Esta teoria é confirmada pelo estudo de Gonda (2021) que salienta que uma das razões para os consumidores com deficiência não viajarem são os baixos rendimentos. Ray & Ryder (2003) discordam das conclusões destes estudos e afirmam que os turistas com deficiência visual apresentam mais poder económico do que aquilo que a maioria dos mercados assumem. Esta afirmação é apoiada pelos estudos de Ozturk et al. (2008), Darcy (2010), Turismo de Portugal (2014), Macedo e Sousa (2019) e Pehlivanoğlu (2019). Kim e Ulfarsson (2004) salientam que, rendimentos mais elevados fazem com que as pessoas com deficiência viajem mais enquanto que, rendimentos mais baixos reduzem a participação destes nas atividades relacionadas com este setor. Lyu (2017) e Lim (2020) com os seus estudos acrescentam ainda que este segmento do turismo está disposto a pagar mais por acomodações se isso significar terem a acessibilidade e as condições necessárias. Não obstante, os custos para os turistas com deficiência são mais elevados o que aumenta as desvantagens destes enquanto viajam (Lee et al., 2012; Luther, 2013; Kastenholz et al., 2015; Bascom & Christensen, 2017; Márquez et al., 2019).

Burns et al. (2009) caracterizam os turistas com deficiência visual como um grupo heterogêneo no que diz respeito a características socioeconômicas e necessidades. Os estudos de Figueiredo et al. (2012) e de Gonda (2021) vão ao encontro desta conclusão.

Muitos consumidores com deficiência não gostam de viajar de forma independente (Small et al. 2012) sendo que, a maioria dos consumidores com deficiência viajam com familiares ou amigos pois sentem-se mais seguros (De Pascale et al., 2021) e apenas uma pequena percentagem viajam sozinhos (Figueiredo et al., 2012; Pehlivanoglu, 2019). Enquanto que para alguns isto pode significar falta de independência, para outros significa mais confiança enquanto viajam (Reindrawati et al., 2022)

Segundo Shaw e Coles (2004), Yau et al. (2004) e Rubio-Escuderos et al. (2021) as pessoas com deficiência viajam para terem novas experiências, visitarem família ou amigos, conhecerem novas culturas, experienciarem a vida e disfrutarem da sua independência. Viajam ainda para saírem da sua rotina diária apesar da quantidade de barreiras que enfrentam (Shi et al., 2012; Zhang et al., 2019; Reindrawati et al., 2022) Para Packer et al. (2008) e Eusébio et al. (2023) os turistas com deficiência visual têm motivações de turismo similares aos dos restantes turistas sendo que, estes querem explorar, socializar, aprender, relaxar, fugir à sua rotina e adquirir satisfação pessoal. Apesar disto, é muito mais difícil para um turista com deficiência visual planear viagens pois, para além de tudo aquilo que uma viagem implica, este segmento do turismo tem de perceber se todas as partes da viagem são acessíveis a si e às suas necessidades. Assim, a necessidade de informações relativamente aos destinos turísticos para os turistas com deficiência visual é muito mais elevada (Darcy et al., 2010).

No seu estudo, Reindrawati et al. (2022) concluíram que, muitos turistas com deficiência sentem-se tristes, pelo facto de as suas necessidades não serem atendidas, e zangados com a falta de empatia e importância que terceiros demonstram para com eles.

2.3.2.O setor do turismo e o consumidor com deficiência visual

A visão é considerada a base do turismo assim, para Bauer (2018), esta pode ser a razão pela qual pouco foi estudado sobre os turistas com deficiência visual. Para Ozturk et al. (2008) e Grady e Ohlin (2009) a literatura de marketing centrada nas necessidades e experiências das pessoas com deficiência aumentou significativamente nos últimos anos sendo que, os primeiros estudos surgiram nos anos 70 e 80 do século XX (McKercher et al., 2003).

O termo acessibilidade é algo recente no setor do turismo e equipara-se a termos como sustentabilidade e inovação (Benjamin et al., 2021). O turismo acessível é uma forma de as pessoas com deficiência terem acesso adequado ao turismo através da redução ou eliminação das várias barreiras que existem neste setor (Jurado-Almonte, 2014). No entanto, o setor do turismo negligência os benefícios sociais e económicos deste tipo de turismo (Cockburn-Wootten & McIntosh, 2020).

Ozturk et al. (2008) afirmam que o segmento dos turistas com deficiência tem um papel cada vez mais importante para o setor do turismo. No entanto, este setor ainda não conseguiu resolver os problemas que impedem a participação total de pessoas com deficiência (Richards et al., 2010). Isto é evidente devido à inacessibilidade das informações, dos transportes, das acomodações, das infraestruturas e dos serviços (Buhalis & Darcy, 2011). Darcy et al. (2010) acrescentam que este segmento é muito incompreendido e ignorado como um segmento de mercado viável e lucrativo. Segundo Kastenholz et al. (2015), o setor do

turismo acredita que as pessoas com deficiência representam apenas uma pequena fração do mercado que requer um grande investimento e que apresenta pouco retorno o que não é o caso já que, os consumidores com deficiência mostram desejo de participar em atividades relacionadas com o setor do turismo (Darcy, 2010). Šintáková e Lasisi (2021) concordam com as afirmações anteriores e acrescentam que isto tudo pode ser justificado pelo facto de o setor do turismo lidar maioritariamente com a visão o que faz com que, para este setor, o turismo não faça sentido para alguém que não consiga ver. Segundo o estudo de Schölvinck, et al. (2017), as pessoas com deficiência visual realçam que a redução da sua mobilidade foi causada pela falta de visão, mas também pelas normas de uma sociedade orientada para a visão. Isto tudo faz com que, muitas pessoas com deficiência sacrifiquem o turismo já que é um grande esforço a nível físico, mental e social (Yau et al., 2004).

Lehto et al. (2018), destacam o facto de que destinos turísticos que tenham serviços adequados a consumidores com deficiência expandem o seu mercado e criam uma imagem de não discriminação. Buhalis et al. (2005) e Darcy e Pegg (2011) concordam com a afirmação anterior, frisando que os provedores de serviços do setor do turismo compreendem que se adaptarem os seus serviços aos consumidores com deficiência lhes pode trazer uma importante vantagem competitiva. Assim, é importante que os funcionários sejam treinados e estejam disponíveis para lidar com os diferentes tipos de turistas com deficiência (Reindrawati et al., 2022) No entanto, Lyu (2017) salienta o facto do setor do turismo dar pouca atenção a este segmento.

Segundo Fuente-Robles et al. (2020), nos destinos turísticos, os turistas com deficiência valorizam a educação, o treino dos funcionários e a forma como os provedores de serviços lidam com eles e de que forma conseguem satisfazer as suas necessidades. Os participantes do estudo de Hua (2019) salientam que os funcionários têm obrigatoriamente de ser treinados

de modo a aprenderem a lidar com os turistas com deficiência e com as suas necessidades algo com que Reindrawati et al. (2022) concordam. No entanto, o estudo dos autores anteriores conclui que alguns turistas com deficiência sentem-se inseguros devido à indiferença com que são tratados pelos funcionários dos destinos turísticos enquanto que, outros já estão habituados e consideram esta indiferença como algo normal.

O turismo é uma maneira de os consumidores com deficiência visual satisfazerem as suas necessidades no entanto, devido à falta de conhecimento sobre estas, a sua participação no turismo torna-se limitada o que afeta negativamente o turista com deficiência visual (Darcy & Buhalis, 2011; Qiao et al., 2021). Fiske (2000) afirma que o setor do turismo tem uma visão estereotipada dos turistas com deficiência acreditando que apresentam características e necessidades similares. Qiao et al. (2021) salientam que o facto de o ambiente do destino turístico e das suas instalações serem acessíveis ou não afeta o comportamento e bem-estar psicológico e físico do turista com deficiência visual. Kim & Seo (2020) concordam com o facto de que o comportamento deste segmento de turistas é na maioria das vezes restringido pelo ambiente. O setor do turismo tem de estar consciente sobre os diferentes tipos de turistas com deficiências mentais, físicas ou de desenvolvimento de modo a assegurar que as necessidades destes são respeitadas ao longo das viagens que realizam (Fuente-Robles et al. 2020). É importante realçar que um ambiente inclusivo impacta positivamente os turistas com deficiência sendo que, este ambiente pode prevenir e aliviar sentimentos relacionados com o stress e aumentar emoções positivas o que leva a que as pessoas com deficiência queiram integrar atividades relacionadas com o turismo (Cochran, 2020) melhorando as suas experiências turísticas (Fisher & Purcal, 2017). Em contrapartida, um ambiente negativo e discriminatório apresenta obstáculos e gera efeitos negativos nos turistas com deficiência enquanto viajam (Crudden et al., 2016; Sundar et al., 2016).

A necessidade de informação no setor do turismo é muito elevada. Quando os turistas com deficiência planeiam uma viagem são relevantes vários tipos de informação como a acessibilidade dos transportes e das acomodações, características arquitetónicas dos edifícios, informações sobre as infraestruturas, informações sobre o comportamentos dos provedores de serviços e das restantes pessoas, entre outros (De Pascale et al., 2021). Ter acesso a este tipo de informações é essencial para que as pessoas com deficiência ganhem alguma independência enquanto viajam (Froehlich et al., 2020). No entanto, é necessário destacar que estas informações têm de ser relevantes e atuais de modo a terem algum tipo de utilidade para os turistas (Hara et al., 2016; Kutikova et al., 2017; Gupta et al., 2020). De acordo com Banovic et al. (2013) a procura por informações no que toca ao setor do turismo, na maioria das vezes, leva muito tempo e é difícil de ser encontrada já que as informações só existem parcialmente ou não existem de todo.

As atitudes negativas de terceiros para com as pessoas com deficiência é uma das barreiras mais mencionadas na maioria dos estudos levando a sentimentos de tristeza e raiva e fazem com que, as pessoas deixem de viajar ou limitem as suas atividades turísticas. Para além disto, demonstra que as pessoas com deficiência ainda não estão bem integrados nos diversos setores da sociedade. (Kong & Loi, 2017).

Segundo Adam (2019) as atitudes negativas experienciadas pelos turistas com deficiência incluem estereótipos, crença de que são inferiores, falta de vontade de associação a este segmento e até mesmo falta de vontade ou até recusa em os servir ou atender. A maioria dos provedores de serviços ou pessoas em geral não sabem como tratar uma pessoa com deficiência visual e ignoram-nos ou tratam-nos com preocupação excessiva, o que não é bem recebido pelos turistas com deficiência visual (Šintáková & Lasisi, 2021).

É necessário salientar que, segundo Adam (2019) existem tanto atitudes negativas como atitudes positivas no que toca à interação entre provedores de serviços e turistas com deficiência. No seu estudo, Zajadacz (2017) concluiu que as atitudes dos provedores de serviços para com os turistas com deficiência estão a melhorar significativamente sendo que, os funcionários estão cada vez mais focados em responder às necessidades deste segmento do turismo. Esta mudança está a acontecer principalmente nos países desenvolvidos já que, os países em desenvolvimento apresentam uma visão muito conservadora sobre as pessoas com deficiência e, por isso, ainda não foram feitas mudanças significativas.

No que toca a atrações culturais, nomeadamente museus, estas têm de ter requisitos mínimos de modo a fornecerem experiências memoráveis aos turistas com deficiência. No entanto, a investigação de Eusébio et al. (2023) revela que as necessidades das pessoas com deficiência muitas vezes não são consideradas nestas estruturas. É necessário que estes espaços invistam em diferentes métodos de comunicação, réplicas em 3D e informações em braille.

Mas porque motivo é que o turismo acessível ainda está tão pouco desenvolvido (Fuente-Robles et al., 2020)? Ozturk et al. (2008) afirmam que isto acontece devido ao pouco trabalho dos governos para ajudar pessoas com deficiência, às barreiras existentes no setor e à má formação e pouca experiência dos funcionários para com este segmento do turismo. Takeda e Card (2002), Bi et al. (2007) e Piramanayagam et al. (2019) acrescentam ainda a baixa qualidade da informação oferecida e a falta de comunicação. Fuente-Robles et al. (2020) afirmam que o setor do turismo tem de entender que o turismo acessível oferece uma grande vantagem competitiva a qualquer destino turístico no entanto, é necessário que este desenvolva estratégias de formação para os seus funcionários, aposte em produtos e serviços

acessíveis e aproveite as oportunidades que as novas tecnologias oferecem em termos de acessibilidade.

Em 2004, Portugal ainda não era acessível a todos (Rebelo et al., 2022). Em 2006, Portugal introduziu uma legislação anti-discriminatória e novas formas de acessibilidade (Turismo de Portugal, 2014). Em 2016, foi ainda implementado um programa denominado “All for All Portuguese Tourism” com o objetivo de preparar os gerentes das infraestruturas do setor do turismo português a incluírem nos seus métodos de gestão a importância da acessibilidade e inclusão. Isto faz com que, seja oferecido um serviço de maior qualidade o que, aumenta a atratividade da indústria do turismo português (Rebelo et al., 2022). Com estas mudanças no turismo português, em 2017, viajaram para Portugal cerca de 634 mil pessoas com algum tipo de deficiência (Ambrose et al., 2017). Para tornar os seus países acessíveis a todo o tipo de turistas, a União Europeia tem vindo a desenvolver produtos e serviços livres de barreiras para implementar nos diversos destinos turísticos. Por exemplo, em 2006, a União Europeia lançou a ENAT (European Network for Accessible Tourism) um centro operacional com o principal objetivo de identificar e certificar condições de turismo acessíveis nas várias estruturas dos destinos turísticos dos seus Estados-Membros (Agovino et al., 2017).

2.3.3. Estratégias adotadas pelos turistas com deficiência visual para combater as vulnerabilidades do setor

A deficiência visual faz com que os indivíduos lidem com desafios todos os dias. Utilizar determinadas e diferentes estratégias é a forma como as pessoas com deficiência enfrentam esses problemas de modo a conseguirem ter boas experiências de turismo (De Pascale et al., 2021) no entanto, estas estratégias são desafiadas enquanto os indivíduos com deficiência

visual estão a viajar (Bauer, 2018). Para Henly e Brucker (2019) turistas com deficiência a longo prazo desenvolvem estratégias mais eficazes. Segundo Yampolsky et al. (2008) e Rai et al. (2019), a idade não impacta as estratégias utilizadas pelas pessoas com deficiência enquanto que, outros estudos afirmam que as pessoas mais velhas portadoras de deficiência utilizam melhores estratégias (Monteiro et al., 2014).

Segundo Heckhausen e Schulz (1995) os consumidores que experienciam vulnerabilidades utilizam estratégias cognitivas emocionais e comportamentais para lidar com as suas situações. Estas estratégias são cruciais para o bem-estar dos turistas com deficiência (Pavia & Mason, 2014) e o nível de stress destes depende sempre das estratégias que utilizam (Balabanis et al., 2012). Estes mesmos autores acrescentam, ainda que a forma como os consumidores interagem com os setores é o resultado direto das estratégias utilizadas.

Folkman (2012) afirma que as estratégias dos consumidores podem ser focadas no problema (tentativa de mudar uma situação stressante), nas emoções (existe um esforço por parte dos consumidores para regular as emoções num evento stressante) ou no significado (associado a valores e crenças do consumidor). Outros autores salientam o facto de só existirem duas categorias de estratégias para lidar com vulnerabilidades, as estratégias focadas na emoção e as estratégias focadas no problema (Lazarus & Folkman, 1984; Carver et al., 1989; Carver & Connor-Smith, 2010). Estas estratégias são descritas como sendo complementares e interligadas (Lazarus, 2006).

No estudo realizado por Echeverri e Salomonson (2019) as estratégias utilizadas pelos consumidores com deficiência são divididas em quatro categorias: estratégias proativas e explícitas, o consumidor interage com os funcionários de modo a prevenir situações de vulnerabilidade; estratégias proativas e implícitas, os consumidores não expressam de forma

clara as razões das suas necessidades aos funcionários; estratégias reativas e explícitas, os consumidores lidam com as situações de forma reativa diminuindo a sua vulnerabilidade ao mesmo tempo que clarificam as razões para tal tendo sempre por base as suas necessidades; estratégias reativas e implícitas, os consumidores reagem com ironia, humor e metáforas em situações em que experienciam vulnerabilidade mas não explicitam as razões das suas necessidades.

Rai et al. (2019) mencionam a utilização de estratégias refletivas e de estratégias que evitam o problema. Estas últimas são estratégias passivas e distantes em relação aos problemas no entanto, nem sempre são negativas já que, inicialmente o problema pode ser posto de parte para que a pessoa com deficiência lide com ele quando se sentir mais preparada.

Uma das estratégias mais utilizadas pelos consumidores com deficiência visual passa por se apoiarem nos seus familiares e amigos (Reinhardt, 2001; Matsunaka et al. 2002; Balabanis et al., 2012; Falchetti et al., 2016). Para Qiao et al. (2021) o apoio da comunidade também é essencial pois, através de serviços de voluntariado os consumidores com deficiência visual podem ter alguém que viaje com eles caso os familiares e amigos não o consigam fazer.

Segundo Devile & Kastenholz (2020) uma das formas de ultrapassar as restrições do setor do turismo é o planeamento rigoroso e a procura por informação de modo a verificar a acessibilidade do destinos e das suas infraestruturas algo com que Darcy (2010) e Pagan (2012) concordam. Chen (2005) salienta o facto de que a maioria dos turistas com deficiência planeiam as suas viagens em grande detalhe já que, necessitam de muita mais informação do que os restantes turistas (Müller et al., 2022). Muitos turistas com deficiência utilizam as tecnologias como websites e fóruns online para entenderem as acessibilidades dos destinos e conseguirem criar estratégias de modo a poderem viajar para estes (Gupta et al., 2020).

Devile e Kastenholz (2020) afirmam que a habilidade de o consumidor com deficiência se conseguir adaptar ao ambiente exterior é também uma estratégia importante.

A memória é também uma maneira que os turistas com deficiência visual têm para lidar com os obstáculos dos destinos turísticos. Para Small et al. (2007) esta é uma estratégia essencial para os turistas com deficiência visual pois quando memorizam os diversos espaços conseguem movimentar-se por estes com confiança e facilidade.

3. METODOLOGIA

No seguinte capítulo será identificada e justificada a metodologia utilizada para responder aos objetivos propostos desta investigação. Assim, este capítulo divide-se em dois subcapítulos. No primeiro irá ser identificada e justificada a metodologia utilizada e no segundo serão explicadas as técnicas de recolha e análise de dados para responder aos objetivos desta investigação. De modo a relembrar os objetivos desta investigação, os mesmos vão ser apresentados de seguida sendo que, o objetivo geral passa por compreender as vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no setor do turismo:

1. Compreender quem é o turista com deficiência visual;
2. Compreender as barreiras que impactam o turista com deficiência visual:
 1. Barreiras estruturais;
 2. Barreiras interpessoais;
 3. Barreiras intrapessoais;
 4. Barreiras de informação.
3. Compreender como o turista com deficiência visual percebe o setor do turismo;
4. Compreender as estratégias utilizadas pelo turista com deficiência visual para combater as vulnerabilidades sentidas.

3.1. IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICAÇÃO DA METODOLOGIA

A metodologia qualitativa interessa-se por compreender os significados e de que formas as pessoas interpretam e experienciam diferentes eventos (Hignett & McDermott, 2015), muitas vezes invisíveis para os observadores externos (Godoy, 1995) da maneira mais

humana e idealística possível. Este método de investigação é utilizado principalmente para compreender as crenças, experiências, atitudes, comportamentos e interações das pessoas (Babu et al., 2013) aprofundando a complexidade de factos e fenómenos (Silva, 2010). Smith e Sparkes (2016), acrescentam que este tipo de investigação é uma forma de questionamento social, que se foca em como as pessoas interpretam as suas experiências sendo que, o objetivo desta abordagem é entender os fenómenos (Godoy, 1995) e o nível de importância que as pessoas lhes atribuem (Denzin & Lincoln, 2008). Gelling (2015) afirma que a metodologia qualitativa permite que os investigadores explorem as experiências humanas e ganhem mais conhecimentos sobre aquilo que influencia essas experiências, que é exatamente o que o objetivo principal desta investigação pretende entender pois interessa compreender as experiências que os turistas com deficiência visual vivem no setor do turismo e aquilo que afeta positiva ou negativamente estas experiências.

Assim, a metodologia qualitativa faz sentido para o desenvolvimento da investigação deste estudo, já que se pretende compreender não só os turistas com deficiência visual (Denzin & Lincoln, 2008), mas também aprofundar a compreensão dos problemas que este segmento do mercado sente no setor do turismo (Minayo & Sanches, 1993).

Para compreender as vulnerabilidades que este segmento sente no turismo e as estratégias utilizadas para combater estas vulnerabilidades é preciso analisá-las de uma maneira mais profunda e pessoal pois estas podem não ser iguais para todos os turistas com deficiência visual. Assim, compreender aprofundadamente tudo isto só é possível com uma abordagem qualitativa.

3.2. TÉCNICAS DE RECOLHA DE DADOS

Para Carmo e Ferreira (2008), as técnicas de recolha de dados são um conjunto de operações realizadas para atingir os objetivos da investigação. No que diz respeito à metodologia qualitativa, na maioria das vezes, os dados são coletados através de entrevistas, focus groups ou observação (Haven & Grootel, 2019).

Na presente investigação as entrevistas semiestruturadas foram vistas como a técnica de recolha de dados mais oportuna para todos os objetivos específicos pois, através desta conseguimos investigar e entender melhor o comportamento do ser humano (Gil, 2008).

3.2.1. Entrevista Semiestruturada

A entrevista semiestruturada é uma técnica que permite aprofundar o tema principal desta investigação e compreender melhor as vulnerabilidades e os desafios sentidos pelos entrevistados. Através desta conseguimos identificar sentimentos, pensamentos, opiniões, crenças, perceções e atitudes dos entrevistados (Batista et al., 2017; Dejonckheere & Vaughn, 2019; Mcgrath et al., 2019). Esta técnica de recolha de dados é, então, vista como uma técnica de grande flexibilidade e adaptabilidade (Guazi, 2021). Segundo DiCicco-Bloom e Crabtree (2006) e Resende (2016), as entrevistas semiestruturadas são organizadas em torno de um conjunto de perguntas pensadas anteriormente e já estruturadas com outras questões a surgirem a partir da interação entre o entrevistador e o entrevistado, tendo assim um carácter de abertura (Flick & Parreira, 2005; Balushi, 2017). As questões que vão surgindo ao longo da entrevista têm como objetivo a procura por mais informação em relação ao tema a ser investigado (Mcgrath et al., 2019). Assim, é necessário salientar que a utilização do

guião para as entrevistas não foi totalmente rígida, existindo questões que se iam alterando de entrevista para entrevista.

Para Minayo (2012), o objetivo da entrevista semiestruturada é que o entrevistador obtenha informações a respeito do tema da sua investigação do entrevistado. Através das entrevistas é possível entender o que as pessoas sentem e as circunstâncias que as levam a sentir isso (Guazi, 2021) que é, exatamente o que se pretende nesta investigação, ou seja, entender as vulnerabilidades dos participantes no que diz respeito ao turismo e entender que circunstâncias levam a essas vulnerabilidades.

A escolha dos participantes que vão compor o universo da investigação é primordial pois interfere diretamente na qualidade das informações a partir da qual irá ser extraída a análise e as conclusões desta investigação (Duarte, 2002). Assim, fez sentido para esta investigação que os participantes fossem pessoas com algum tipo de deficiência visual, quer esta fosse de nascença ou não, com anteriores experiências de turismo, quer a nível nacional quer a nível internacional, de modo a entender quais as barreiras que mais os impactam a nível do setor do turismo e quais as principais estratégias que estes utilizam para combater todos estes desafios.

No que diz respeito ao número de entrevistados foram realizadas entrevistas até o material obtido permitir uma boa análise das informações recolhidas (Dauster, 1999). O estudo contou com 12 participantes, 8 pessoas do género masculino e 4 do género feminino.

De modo a conseguir chegar ao maior número de participantes possível e a não estar restringida pela distância, todas as entrevistas foram realizadas de forma não presencial, com participantes de várias partes de Portugal. Todas as entrevistas foram gravadas com o devido conhecimento e autorização dos participantes. Assim, 8 entrevistas foram realizadas através da plataforma Zoom ou Teams e 4 entrevistas foram realizadas por chamada telefónica. Estas

tiveram início no dia 9 de Novembro de 2023 e terminaram no dia 21 de Novembro de 2023, tendo cada entrevista durou entre 15 a 50 minutos (Apêndice 2 a 13).

O tipo de amostra utilizado neste estudo foi uma amostra de conveniência pois os participantes são facilmente acessíveis e estavam dispostos a ser entrevistados. Estes tiveram conhecimento deste estudo através de grupos de Facebook relacionados com a deficiência visual ou através de associações para deficientes visuais.

Foi elaborada a tabela 1 que apresenta o perfil geral de todos os entrevistados desta investigação.

Entrevistado	Idade	Nível escolaridade	Profissão	Tipo de deficiência visual
E1	36 anos	Mestrado	Professor	Baixa visão severa. Conserva apenas 5% de visão
E2	41 anos	12º ano em Contabilidade e Gestão	Contabilista	Retinopatia pigmentar com síndrome de Usher. Conserva 10% de visão
E3	64 anos	9º ano	Reformado	Síndrome de Usher
E4	48 anos	Bacharelato em Fisioterapia	Funcionário Câmara Municipal	Deslocamento de retina devido a um acidente de carro
E5	51 anos	Pós-graduação	Engenheiro Civil	Retina pigmentar. Sofreu um acidente em casa que acabou por o levar à cegueira
E6	59 anos	Licenciatura em Serviço Social e uma segunda licenciatura em Ciências Sociais	Ator/ Estudante	Amblíope
E7	50 anos	Mestrado em Educação Especial	Professor	Baixa visão
E8	41 anos	12º ano	Atleta	Deslocamento de retina
E9	42 anos	Mestrado	Desempregado	Doença de retina degenerativa
E10	48 anos	12º ano	Presidente de uma associação para cegos	Baixa visão severa. Conserva apenas 5% de visão
E11	41 anos	Mestrado em Tradução Literária	Desempregado	Cataratas e glaucoma
E12	34 anos	Mestrado em Psicologia	Psicólogo	Glaucoma Congênito

Tabela 1 - Perfil Geral Entrevistados.

Nota: Elaboração Própria

No apêndice 1, está presente o guião utilizado ao longo das entrevistas. O objetivo 1 relacionado com o perfil do turista com deficiência visual foi abordado nas questões 2, 5 e 11, o objetivo 2 relacionado com as barreiras que impactam o turista com deficiência visual foi abordado nas questões 4, 5, 6 e 7, o objetivo 3 relacionado com a perceção do turista com deficiência visual sobre o turismo foi abordado nas questões 7, 8, 9 e 10 e por fim, o objetivo 4 relacionado com as estratégias utilizadas pelos turistas com deficiência visual foi abordado na questão 12.

4. ANÁLISE DE DADOS

Neste capítulo, foram analisadas as 12 entrevistas realizadas. Os dados recolhidos têm como objetivo responder ao objetivo geral desta investigação, compreender as vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no setor do turismo. Assim, esta secção foi dividida em 4 partes: O turista com deficiência visual, Barreiras sentidas no turismo, Perceção dos destinos turísticos pelos turistas com deficiência visual e Estratégias utilizadas pelos turistas com deficiência visual no turismo.

4.1. O TURISTA COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Esta secção tem o objetivo de compreender quem é o turista com deficiência visual. Para tal, foram formuladas várias questões (2, 3 e 11) que permitem definir o perfil do turista com deficiência visual de modo a ser possível compreender melhor este segmento do turismo.

O turista com deficiência visual tem poder económico para viajar consideravelmente tanto a nível nacional como internacional. É importante destacar que ao longo das entrevistas apenas um dos entrevistados afirmou que a sua condição financeira é um dos motivos pelo qual não consegue viajar mais:

“E só não viajo mais porque não tenho condições financeiras para isso.” – E5

O turista com deficiência visual tem preferência por viajar acompanhado independentemente de ser por família ou amigos, no entanto, viaja sozinho sendo que, estas viagens ou são apenas até ao destino tendo lá alguém à sua espera ou são mais curtas:

“Costumo fazer viagens sozinho mas tenho sempre alguém do outro lado depois à minha espera.” (E8)

“As vezes que viajo sozinha, no fundo, no destino eu nunca estou sozinha eu tenho sempre mais ou menos alguém conhecido mesmo que não esteja totalmente disponível para mim eu consigo arranjar maneira de usufruir de alguma forma de algumas coisas, fazendo um planeamento prévio claro.” (E9)

“Embora os passeios sozinhos sejam mais curtos, sejam menos dias mas prefiro viajar acompanhado.” (E7)

Aqueles que nunca viajaram sozinhos gostariam de o fazer mas os destinos turísticos não são apropriados para tal o que acaba por gerar sentimentos de medo e insegurança no turista, assim como salienta um dos entrevistados:

“É algo que eu gostaria muito de fazer, mas pela minha falta de visão nunca fiz, não quer dizer que seja impossível porque há quem o faça, mas eu tenho medo. Gostaria muito que isso acontecesse.” (E1)

A maioria das viagens deste segmento do turismo são extremamente planeadas devido às suas dificuldades e são raros os turistas com deficiência visual que fazem viagens totalmente espontâneas. Isto leva a querer que, na maioria dos casos, a etapa do planeamento é uma das mais importantes no que diz respeito a viajar:

“Não, não. Eu planeio tudo. A pessoa com deficiência visual tem que manter uma preocupação. Pelo menos eu conheço outras pessoas que não planeiam às vezes, são situações pontuais, mas é muito raro.” (E5)

“Não, bastante planeadas. Portanto o maior número de pormenores possível. Tudo o que seja possível de prever, eu gosto de prever as situações.” (E7)

No entanto, é de salientar, que existem turistas com deficiência visual que planeiam bastante as suas viagens devido à sua situação financeira e não à sua deficiência:

“Acima de tudo por uma questão financeira, porque não tenho de todo uma situação financeira estável, requer-me um planeamento mais cuidado.” (E11)

Todos os turistas têm algo que os motiva a viajar, e os turistas com deficiência visual não são exceção a isto. Conhecer coisas novas é aquilo que mais os motiva:

“Conhecer culturas diferentes, cidades diferentes, a gastronomia também mas mais a cultura e o facto de serem cidades diferentes.” (E12)

“Sou mesmo fascinada por conhecer coisas novas (...).” (E11)

Houve quem mencionasse ainda o gosto pela aventura e pela história, novas experiências, sair da rotina e descansar:

“ Gosto de sair de vez em quando da rotina, da minha casa, espairecer, mudar de ares.” (E9)

“Conhecer novas culturas, novos locais, monumentos, história, mais um bocado por aí.” (E7)

Os turistas com deficiência visual entendem a importância da acessibilidade e de destinos turísticos acessíveis mas muitos, não gastariam dinheiro para ter mais acessibilidade já que, é um dever dos destinos estarem preparados para todo o tipo de turistas:

“Bem se eu tivesse de pagar mais dinheiro de certeza absoluta que saberia onde me dirigir. Se alguém pedisse mais dinheiro por eu ser deficiente eu, no mínimo, ia escrever no livro de reclamações porque eu no máximo chamaria o superior hierárquico e falava com o responsável e garanto-lhe que não ficaria ali a não ser que não tivesse outra alternativa (...) é indecente quando eu vou passar férias a um hotel e dizer que sou cego e que estou sozinho e pedir acompanhamento e ter de pagar mais, é o mínimo do bom senso humano.” (E5)

“No que há minha pessoa diz respeito eu nunca paguei mais em função das minhas circunstâncias.” (E3)

Porém, alguns dos entrevistados já se viram em situações em que tiveram de gastar mais dinheiro para conseguirem mais acessibilidade e mais ajuda no que toca aos alojamentos e aos transportes:

“Para além disso, nessa mesma viagem ao Brasil, nós fomos confrontados com a necessidade de contratar uma pessoa, que no resort onde nós ficamos instalados nos prestasse todo o apoio necessário (...) E nós fomos surpreendidos com

a necessidade de pagar à hora e ao dia os serviços (...) E foi um valor bastante avultado.” (E1)

“Já, nomeadamente até a nível de transportes.” (E7)

Muitos entendem que existem certas situações em que gastar mais dinheiro para terem mais acessibilidade é uma necessidade:

“Algum serviço que não funciona e temos de ter um plano B e às vezes requer realmente gastar mais dinheiro, alguma deslocação em algum meio de transporte mais dispendioso, sim, de vez em quando acontece.” (E9)

“A pessoa com deficiência existem situações em que precisa de gastar mais dinheiro, sem dúvida.” (E7)

Apesar de existirem alguns problemas com o setor do turismo e com os destinos turísticos, os turistas com deficiência visual dizem ter, maioritariamente, experiências positivas no que toca a este setor. As experiências negativas passam muito pela tentativa de integração excessiva por parte do setor do turismo trazendo ao de cima sentimentos negativos o que faz com que, o turista com deficiência visual se sinta mais posto de parte e diferente do que nunca:

“Nós sentimos que foi um pouco asfixiante ter uma *babysitter* quase a tempo inteiro connosco a quem nós tivemos de pagar um valor muito elevado para tomar conta de nós sendo que, nós não somos pessoas que precisem que tomem conta de nós.” (E1)

“Eles com tanta preocupação em serem amáveis fazem-nos sentir excluídos, fazem-nos sentir um ser estranho porque é estranho perante todas as outras pessoas que estão ali.” (E7)

Em suma, e depois desta análise, podemos afirmar que o turista com deficiência visual viaja bastante tanto a nível nacional como internacional pois tem poder económico para o fazer, prefere viajar acompanhado mas que gostaria de o fazer sozinho se o ambiente do setor do turismo o permitisse, planeia bastante as suas viagens, tem motivações para viajar

semelhantes às dos restantes turistas, não paga mais por acessibilidade mas que entende que em alguns casos não existe outra alternativa e tem experiências maioritariamente positivas em todas as suas viagens.

4.2. BARREIRAS EXPERIENCIADAS NO TURISMO PELO DEFICIENTE VISUAL

Para responder ao objetivo principal desta investigação é essencial compreendermos as vulnerabilidades sentidas pelos turistas com deficiência visual no turismo, vulnerabilidades estas que surgem das barreiras presentes neste setor. Durante as entrevistas foi utilizado o modelo de Crawford & Godbey (1987) que afirma que existem três barreiras no setor do turismo (estruturais, interpessoais e intrapessoais) ao qual foi acrescentado as barreiras de informação utilizadas por autores como Michopoulou et al. (2015).

4.2.1. Barreiras estruturais

As barreiras estruturais presentes no setor do turismo estão relacionadas com as infraestruturas dos destinos turísticos. Durante as entrevistas muitos dos participantes destacam que estas barreiras não afetam muito os turistas com deficiência visual, afetando mais turistas com deficiência motora. Apesar disto, um dos entrevistados salientou que de todas as barreiras existentes no setor do turismo, as barreiras estruturais são aquelas que mais desafiam o turista com deficiência visual:

“Eu vou-lhe dizer uma coisa as maiores barreiras para os cegos, hoje em dia, são mais as barreiras arquitetónicas.” (E5)

As dificuldades sentidas nos alojamentos dos destinos turísticos são as mais mencionadas no que toca às barreiras estruturais sendo que, muitos dos entrevistados descrevem o

transtorno que sentem quando estes apenas têm escadas já que isto condiciona a sua mobilidade:

“Sim, sinto em quase todos (...) as coisas não estão nada preparadas para nós. Portanto sinto dificuldade em tudo.” (E9)

“Sim, pelo menos os hostels onde eu fico tendem a ter muitas escadas e quando não se vê bem há uma maior dificuldade de nos movimentarmos em locais que desconhecemos.” (E11)

4.2.2. Barreiras interpessoais

As barreiras interpessoais surgem da interação do turista com deficiência visual com terceiros, quer estes sejam outros turistas quer sejam provedores de serviços. No que toca a outros turistas destaca-se o facto de ainda serem muito preconceituosos para com os turistas com deficiência visual, como comprovam as citações destes entrevistados:

“Então quem estava ao meu redor apercebia-se e eu acho que há pouca sensibilidade. Mas, em todo o caso existe muito muito preconceito (...)” (E6)

“Mas é inevitável não reparar em certos olhares um bocadinho mais indiscretos, mas não é só nos funcionários é em toda a gente.” (E11)

Ao longo das entrevistas é possível reparar que uma parte dos turistas com deficiência visual sente que não são bem recebidos ou bem tratados pelos provedores de serviços, destacando-se a falta de formação generalizada destes no que toca a lidar com os turistas com deficiência visual e com as suas necessidades:

“Mas sim, eu acho que os funcionários precisam de uma formação, sim devia ser dada uma formação nem que fosse básica, no sentido de as pessoas terem uma maior noção da realidade e saberem agir quando perante alguém com deficiência.” (E4)

“Agora acredito que as pessoas não tenham formação nem sensibilização para lidar com estes públicos.” (E7)

“Há uma falta de formação generalizada pelo staff destes sítios, dos hotéis, tudo o que seja, há uma falta de formação generalizada.” (E9)

Outros salientam que os terceiros são sempre acessíveis e prestáveis, nunca tendo tido qualquer problema.

4.2.3. Barreiras intrapessoais

Relativamente às barreiras intrapessoais os entrevistados não foram questionados diretamente sobre estas. AS vulnerabilidades relacionadas com esta barreira surgiram naturalmente ao longo das entrevistas.

As barreiras intrapessoais estão ligadas ao estado psicológico, físico e às habilidades cognitivas dos indivíduos. Aqui estão incluídos fatores como stress, ansiedade, falta de conhecimento e problemas de saúde.

A falta de visão representa um problema, ou seja, por si só já se traduz numa barreira pois vai impedir ou dificultar a participação total das pessoas com deficiência visual no turismo. Muitos dos problemas que os turistas com deficiência visual encontram no turismo não estão relacionados propriamente com o setor em si, mas sim com a sua falta de visão:

“Portanto há aqui uma série de questões que nos espaços turísticos estão relacionados com a falta de preparação dos funcionários mas depois também está relacionado com a própria natureza da falta de visão e com o facto de estar num sítio que não conheço.” (E1)

São mencionados sentimentos de incapacidade, limitação e frustração pelo facto de não conseguirem realizar certas atividades relacionadas com o turismo devido aos seus problemas de visão:

“Houve momentos em que eu me senti muito confrontada com a minha falta de visão e com a minha incapacidade.” (E1)

“Às vezes sinto falta da visão porque gostava de ver certas em certos países e isso limita-me um bocado e deixa-me um bocado frustrado.” (E8)

Os turistas com deficiência visual que têm mais facilidade em aceitar e em lidar com o seu problema não sentem esta barreira já que têm uma postura diferente dos restantes, acabando por se integrar mais facilmente em todos os setores da sociedade, levando uma vida completamente normal:

“Há pessoas que não aceitam sequer e tem muito haver com a postura da pessoa.” (E4)

“Estou completamente integrado e aceitei o problema que no fundo quem tem este tipo de problema quando aceita a vida torna-se mais fácil que foi o que eu fiz. Por isso não vejo mas não é uma coisa que me atormente ou que me crie ansiedade, já estou habituado e faço vida normal como toda a gente apenas com algumas limitações.” (E10)

4.2.4. Barreiras de Informação

As barreiras de informação são aquelas que apresentam menos dificuldades para os entrevistados desta investigação muito pelo facto de existirem diversas estratégias que estes utilizam para contornar este problema como leitores de ecrã, aumentar o tamanho da letra do computador e pedir ajuda a terceiros:

“(…) através do computador e dos meus sistemas de ajuda, do leitor de ecrã, procuro, faço uma pesquisa intensiva procurando aquilo que a mim me interessa (...)” (E4)

“Eu para já não uso leitores de ecrã, eu mexo na resolução do computador e portanto tenho a letra aumentada. O que acontece é que muitas das minhas viagens eu preparo-as, planeio-as juntamente com a pessoa que vai comigo e, normalmente

são pessoas que veem muito melhor do que eu, ou seja, acabam por me apoiar nesse aspeto.” (E11)

Apesar de grande parte dos websites ainda não serem acessíveis a todos, os entrevistados utilizam muito blogues de outros viajantes pois são maioritariamente só texto e bastante descritivos, o que facilita a utilização de leitores de ecrãs caso seja necessário:

“Nem todos os sites são acessíveis, por isso é que muitas vezes o ir acompanhado com comitiva acaba por se tornar mais fácil, porque há pessoas que veem e conseguem contornar melhor isso. Agora sozinho seria muito mais difícil.” (E8)

“Sim, às vezes há algumas dificuldades em nós sabermos onde procurar a informação. Eu normalmente vou tentando ler fóruns, blogues, assistir canais de Youtube, páginas de outros viajantes e eu aí sinto que nos dão orientações mais fidedignas, mais realistas porque os sites de outros sítios não são muito fáceis (...)” (E9)

De uma maneira geral, é possível perceber que as barreiras intrapessoais e interpessoais são aquelas que mais condicionam os turistas com deficiência visual. Por outro lado, as barreiras de informação são aquelas que menos problemas causam pelo facto de a maioria dos turistas ter estratégias que lhes permitem ultrapassar rapidamente os constrangimentos que possam surgir desta. É então fundamental que o setor do turismo consiga formar os seus funcionários de modo a que estes consigam atender aos turistas com deficiência visual e às suas necessidades da melhor maneira, que a sociedade deixe de lado atitudes preconceituosas para com este segmento e que os turistas com deficiência visual adquiram estratégias para lidarem melhor não só com a sua deficiência mas com todos os problemas e sentimentos que esta acarreta e que muitas vezes vêm ao de cima em situações fora da rotina, como por exemplo em viagens.

4.3. PERCEÇÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS PELOS TURISTAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

O segmento dos turistas com deficiência visual é ainda um dos mais marginalizados pelo setor do turismo. Assim, é importante que este setor entenda como é percebido pelos turistas com deficiência visual de modo a fazer mudanças significativas que atenuem barreiras e vulnerabilidades que possam prejudicar as pessoas com deficiência visual nas suas atividades de lazer. Através das respostas dos entrevistados às questões 7, 8, 9 e 10 foi possível entender como é que os turistas com deficiência visual se sentem em relação ao setor do turismo e aos serviços oferecidos por este.

Os turistas com deficiência visual valorizam destinos acessíveis no entanto, esta característica não é essencial na hora de escolher um destino turístico:

“Como disse nunca tive assim grandes dificuldades em termos de acessibilidades.” (E8)

“Eu acho que eu nunca fui a nenhum sítio pela acessibilidade, acho que não.” (E11)

Por outro lado, deve-se destacar que se os turistas com deficiência visual encontrassem um destino totalmente acessível à sua deficiência e às suas necessidades o repetiriam constantemente:

“Eu não repeti nunca nenhum destino mas faria isso certamente. É tão escasso que se houvesse algum destino, lugar onde tivesse ido que me tivesse surpreendido pela positiva eu repetiria com certeza. Isso também é uma forma de fidelizar o cliente.” (E1)

Daqui podemos concluir que um destino acessível poderá levar à fidelização dos turistas com deficiência visual, pois estes destinos conseguirão satisfazer totalmente as suas necessidades enquanto turistas e têm todas as características que estes procuram para uma

experiência de turismo positiva. Características como identificação em braille, piso tátil e sinais sonoros são características que fariam com que o destino turístico se tornasse mais inclusivo e acessível e levariam à fidelização de turistas com deficiência visual:

“(…) bom a principal diferença que se nota muito é ter identificação em braille em diversos sítios, seja a identificar casas de banho, a identificar elevadores, a identificar todas as máquinas multibanco, as máquinas de compra de bilhetes de comboio estão identificadas em braille, há piso tátil (…) Os semáforos diria que 98% das passeadeiras por onde passei tinham também sinais sonoros para identificar que é ali a passeadeira (…)” (E12)

Apesar de os turistas com deficiência visual ainda não estarem totalmente inseridos no setor do turismo, como já foi mencionado anteriormente, muitos destes turistas recebem sempre serviços de qualidade quando viajam, tal como um dos entrevistados destaca:

“Não. Recebo serviços normais como qualquer cidadão. As queixas que eu tenho são as queixas que qualquer cidadão tem.” (E7)

De acordo com os entrevistados, é natural existirem diferenças nos diversos destinos turísticos no que toca à inclusão deste segmento em atividades de lazer e à qualidade dos serviços oferecidos já que, o turismo em alguns países está mais desenvolvido do que noutros:

“Nos sítios em que já estive e já estive em sítios que acabam por ter condições, digamos, piores que as nossas (...). Mas nota-se logo a diferença, de país para país nota-se logo a diferença nalguns mesmo a nível da abordagem nota-se, nota-se a diferença. Acaba-se por ter alguma dificuldade porque as condições são diferentes.” (E8)

“Nós até estamos bastante bem aqui no nosso micro sistema europeu, até estamos bastante bem (...) Até me dá uma sensação de perspetiva que embora haja muito a fazer ainda em qualquer sítio, aqui na nossa dimensão europeia até estamos bastante bem e em Portugal também.” (E9)

Um dos entrevistados menciona ainda que sente que o setor do turismo não faz de propósito ao excluir o segmento dos turistas com deficiência visual. Afirma que por não haver procura também não há oferta. Como estes turistas não viajam mais ou procuram sempre destinos que já sabem que são acessíveis, os restantes destinos turísticos não estão preparados para os receber porque nunca tiveram de adaptar os seus serviços ou as suas infraestruturas à deficiência ou às necessidades deste segmento. Assim, criar destinos mais inclusivos e acessíveis torna-se mais difícil:

“Eu penso que muitas vezes o setor não faz de propósito (...). Eu penso que o que acontece é que há falta de procura e portanto há falta de oferta. O que eu quero dizer com isto é que se as pessoas também não se aventuram a procurar também é natural que o setor não encontre respostas e não tenha isso mais oleado digamos assim. Portanto se um hotel nunca recebeu pessoas cegas ou com baixa visão também nunca teve de se preocupar em encontrar respostas para elas (...) Por um lado o setor tem de pensar que há muitos tipos de público com várias necessidades e pensar de antemão que se oferecer determinados serviços pode captar outros públicos e, inversamente do lado das pessoas pensarem que se elas não se aventurarem também não vai haver resposta para elas.” (E1)

Apesar disto, os turistas com deficiência visual têm sentido um grande desenvolvimento no que toca à inclusão e acessibilidade dos destinos turísticos nos últimos anos, existindo mais diversificação de serviços e espaços culturais mais acessíveis, nomeadamente os museus, o que também faz com que o número de pessoas com deficiência a viajar e a usufruir de atividades de lazer aumente, como salienta um dos entrevistados:

“Acho que melhorou, acho que melhorou. Eu viajo há muitos anos e eu noto que tem havido pelo menos nos momentos em que transito em aeroportos e isso tudo, eu noto que cada vez mais há pessoas com deficiências a viajar, a moverem-se e isso é muito interessante e é muito positivo.” (E9)

Todavia, este setor ainda tem uma evolução muito grande pela frente nomeadamente na formação dos funcionários mas também nas acessibilidades:

“Temos muito trabalho a fazer, muitíssimo, principalmente em termos de infraestruturas, hotéis, pousadas, está tudo muito atrasado em termos de acessibilidades mas, há sítios que estão muito piores (...)” (E9)

“Sem dúvida nenhuma. Quer a nível interno, quer a nível externo (...) Formação das próprias pessoas, saber como abordar e não ter medo de abordar a pessoa com deficiência, saberem como explicar (...)” (E8)

4.4. ESTRATÉGIAS UTILIZADAS PELOS TURISTAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL NO TURISMO

São várias e distintas as estratégias utilizadas pelos turistas com deficiência visual no que toca a combater as vulnerabilidades e problemas que possam sentir no setor do turismo. Assim, as respostas à questão 12 permitiram entender que tipo de estratégias os entrevistados utilizam enquanto viajam e de que forma estas facilitam as suas viagens.

De entre as estratégias mencionadas destacam-se o planeamento intensivo das viagens, que faz com que os turistas com deficiência visual já saibam, de uma certa forma, para aquilo que vão e o que vão encontrar, e a ajuda de terceiros, quer estes sejam acompanhantes, como família e amigos, ou terceiros, como funcionários dos destinos turísticos:

“Eu acho que o facto de pesquisar muito antes sobre os sítios e até muitas vezes saber se são sítios que têm áudio guia disponível e como é que são mais ou menos os lugares (...) Acho que sobretudo fazer uma pesquisa sobre os lugares ajuda muito para sabermos também o que podemos esperar daquela viagem.” (E12)

“(...) não tenho qualquer problema em perguntar, não sou uma pessoa acanhada portanto não me sinto inferior em abordar as pessoas e dizer que não consigo ver para me ajudarem.” (E11)

Outras estratégias passam por preferir viagens organizadas por terceiros, pela utilização da memória e de pontos de referência, pela fácil adaptação a qualquer tipo de situação que este seja positiva ou negativa, pelo facto de gastarem mais dinheiro, pela preferência por andar de dia e pelo facto de evitarem situações de risco:

“(…) as estratégias que eu acabo por utilizar são ou tentar integrar-me em excursões previamente organizadas de associações de pessoas com deficiência visual (…) Outra estratégia é tentar ver junto de agências de viagens (…) (E1)

“As estratégias é basicamente decorar pontos de passagem ou saber mais ou menos calcular a distância (…) Basicamente é decorar.” (E2)

“Prefiro andar mais de dia do que de noite, por exemplo, para mim é muito mais fácil” (E11)

5. DISCUSSÃO DE DADOS

Após a análise dos dados obtidos através da realização de entrevistas semiestruturadas, este capítulo dedica-se à discussão dos resultados obtidos tendo em mente a revisão da literatura anteriormente apresentada e os objetivos desta investigação. Esta discussão permite a obtenção de conclusões que podem ser úteis para compreender melhor as vulnerabilidades dos turistas com deficiência visual no setor do turismo e os fatores que levam ao surgimento destas.

5.1. O TURISTA COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Antes de entendermos as vulnerabilidades que os turistas com deficiência visual enfrentam no setor do turismo é importante entendermos quem é este segmento do mercado.

Existe muito a ideia de que os turistas com deficiência visual não querem participar em atividades relacionadas com o turismo, o que é uma ideia completamente errada (Natalia et al., 2019). Estes querem ter experiências de turismo e participar neste setor, o que muitas vezes acaba por acontecer é que o ambiente dos destinos turísticos não permite que estas experiências sejam a seu gosto o que acaba por deixar os turistas com deficiência visual com uma má impressão em relação a este setor levando a que, estes queiram deixar de participar em atividades relacionadas com o setor do turismo.

É possível compreender que os turistas com deficiência visual preferem viajar acompanhados pois sentem-se mais seguros, o que vai de acordo aos estudos de De Pascale et al. (2021) e Reindrawati et al. (2022). No entanto, muitos gostariam de viajar sozinhos mas não o conseguem fazer pois sentem muito receio. Isto corrobora o estudo de McKercher e Darcy (2018) que salientam que muitos turistas com deficiência visual viajariam sozinhos

se o ambiente turístico fosse apropriado para tal, algo que não é. Para Schmöcker et al. (2005) e Wong (2018), as viagens das pessoas com deficiência visual são mais curtas. Segundo os turistas com deficiência visual entrevistados, esta conclusão está correta, mas as viagens apenas são mais curtas quando estes turistas viajam sozinhos.

A fase de planeamento das viagens é muito importante para este segmento do turismo sendo que, para muitos, é a etapa mais importante no que diz respeito a organizar uma viagem pois, tal como menciona Müller et al. (2022), estes necessitam de muita mais informação do que os restantes turistas no que diz respeito a viajar. A maioria das viagens dos turistas com deficiência visual são intrinsecamente planeadas o que corrobora as conclusões de Chen (2005). Alguns turistas com deficiência visual acabam por recorrer a agências de viagens para facilitarem esta etapa já que, para muitos, o planeamento de uma viagem pode representar uma tarefa difícil (Darcy et al., 2010).

Parte da literatura retrata os turistas com deficiência visual como um segmento do mercado com pouco poder económico, considerando este como um dos principais motivos pelo qual este segmento não viaja tanto quanto os restantes turistas (Figueiredo et al., 2012 e Gonda, 2021). Pelo contrário, nesta investigação, é possível observar que a maioria dos entrevistados tem poder económico suficiente para viajar tanto a nível nacional como internacional, e que o seu poder económico não é um dos principais motivos para não viajarem tanto quanto gostariam. Este pensamento vai contra as conclusões dos estudos dos autores anteriormente mencionados sendo apoiado por autores como Ozturk et al. (2008), Darcy (2010), Turismo de Portugal (2014), Macedo e Sousa (2019) e Pehlivanoglu (2019).

Apesar de o setor do turismo ainda não ser acessível a todos (Gillovic & McIntosh, 2020), a maioria dos turistas com deficiência visual nunca sentiu a necessidade de pagar mais para ter acesso a serviços ou infraestruturas mais acessíveis, muito em parte porque sentem que

o facto de pagarem mais não trás mudanças significativas no que toca à acessibilidade. No entanto, aqueles que gastam mais dinheiro fazem-no para terem mais acessibilidades no que toca a transportes e a acompanhamento por parte dos provedores de serviços, tal como concluem Darcy e Buhalis (2011), Lyu (2017) e Lim (2020) no seu estudo. Aqueles que valorizam as acessibilidades dos destinos turísticos voltariam diversas vezes, até mesmo sozinhos caso encontrassem um destino totalmente acessível e que satisfizesse todas as suas necessidades enquanto turistas, o que corrobora o estudo de Westcott (2004). É importante salientar que destinos turísticos acessíveis levam à fidelização dos turistas com deficiência visual (Burnett & Baker, 2001).

Todos os turistas têm algo que faz com que queiram viajar e, as motivações dos turistas com deficiência visual são semelhantes às dos restantes turistas tal como Small et al. (2007), Packer et al. (2008) e Eusébio et al. (2023) salientam nos seus estudos. Neulinger (1974) categorizou as motivações para viajar em três tipos. As motivações intrínsecas que são as motivações internas relacionam-se com o facto de as atividades de lazer fornecerem benefícios para o bem estar da pessoa, as motivações extrínsecas relacionam-se com razões externas para os indivíduos participarem nas atividades de lazer e, por fim, uma combinação dos dois tipos de motivações que acontece quando as pessoas participam em atividades de lazer pois estas têm atributos que os atraem mas também porque a sua participação nestas lhes trás benefícios pessoais.

Conhecer coisas novas, ter novas experiências, sair da rotina e descansar são algumas das experiências mencionadas por este segmento do turismo. Estas motivações são idênticas aquelas presentes nos estudos de Shaw e Coles (2004), Yau et al. (2004), Shi et al. (2012), Zhang et al. (2019) e Rubio-Escuderos et al. (2021). Neste estudo podemos afirmar que estas motivações são uma combinação de motivações intrínsecas e extrínsecas já que, os turistas

com deficiência visual participam em atividades de turismo pois estas atraem-nos mas também porque a sua participação nestas lhes trás benefícios pessoais.

Assim, as entrevistas permitiram concluir que os turistas com deficiência visual portugueses são um grupo heterogéneo com diferentes características, motivações, necessidades, etc., validando assim as conclusões da literatura e trazendo uma perspetiva diferente no que toca ao poder económico dos turistas com deficiência visual portugueses, contrariando aqui uma parte da literatura.

5.2. VULNERABILIDADES ASSOCIADAS AO TURISTA COM DEFICIÊNCIA VISUAL NO SETOR DO TURISMO

Tal como mencionado num dos capítulos anteriores, nesta investigação foi utilizado o modelo de Crawford e Godbey, (1987) que salienta que existem três barreiras aos turistas enquanto viajam: estruturais, interpessoais e intrapessoais. A estas acrescentou-se as barreiras de informação mencionadas várias vezes ao longo da literatura (Michopoulou et al., 2015; Randle & Dolnicar, 2019).

Segundo a literatura as barreiras estruturais são aquelas que mais problemas causa aos turistas com deficiência (Darcy, 2010; Small et al., 2012; Lyu, 2017; Randle & Dolnicar, 2019; Fuente-Robles et al., 2020) No entanto, ao longo da investigação foi possível entender que esta barreira afeta mais os turistas com deficiências motoras do que aqueles com algum tipo de deficiência visual. Contudo, alguns turistas com deficiência visual mencionam que as barreiras estruturais são aquelas que mais os afetam no que diz respeito ao turismo, sentindo mais desafios nos alojamentos dos destinos pois, muitas vezes, estes não apresentam acessibilidades que facilitem a sua estadia, condicionando a sua mobilidade e, conseqüentemente a sua experiência em geral.

As barreiras interpessoais ocorrem da interação dos turistas com deficiência visual com terceiros. A maioria dos estudos refere esta barreira devido ao comportamento dos funcionários dos destinos turísticos e também devido à falta de formação destes, o que leva a que não saibam interagir com os turistas com deficiência visual nem ajudar na satisfação das suas necessidades. Nesta investigação é possível entender que uma parte dos turistas com deficiência visual sente que nunca teve qualquer tipo de problemas com terceiros, o que contraria grande parte da literatura, enquanto que, a outra parte, salienta as más experiências que já teve devido à falta de formação dos funcionários dos destinos turísticos, corroborando os estudos de Strenta e Kleck (1984), Kaufman (1995), Hogg e Wilson (2004) e Faria et al. (2017) onde a falta de formação dos funcionários é constantemente mencionada.

As barreiras intrapessoais são barreiras que partem do indivíduo com deficiência visual, não estando relacionadas com o setor do turismo mas podendo agravar devido às experiências vividas neste setor. Estas barreiras incluem a dependência em terceiros, nomeadamente família e amigos, situação económica, problemas de saúde, ansiedade e falta de conhecimento (Crawford & Godbey, 1987). Nesta investigação foi possível observar que os problemas de saúde dos entrevistados relacionados com a sua falta de visão, eram aqueles que mais constrangimentos lhes causavam, levando ao surgimento de sentimentos negativos.

As barreiras de informação causam desafios aos turistas com deficiência visual pois estes necessitam de muita informação para conseguirem planear as suas viagens. O que se sucede é que muitas vezes as informações de que necessitam não estão disponíveis ou estão desatualizadas ou os websites não são acessíveis às ferramentas utilizadas pelos turistas com deficiência visual. No entanto, através desta investigação é possível afirmar que esta barreira é aquela que menos problemas causa a este segmento do turismo contrariando aquilo que Hanley, Patterson e Auld (1996), Packer e Carter (2005) e Packer et al. (2007) afirmam nos

seus estudos já que, foi possível entender que os turistas com deficiência visual têm estratégias eficazes para ultrapassar facilmente os problemas que possam surgir desta barreira, ao contrário do que se sucede com as outras.

Podemos afirmar que as barreiras interpessoais (Baker et al., 2002; Sansiviero et al., 2005) e intrapessoais (McKercher et al., 2003; Yau et al., 2004; Packer, Small & Darcy, 2008; Bowtell, 2015) são aquelas que mais desafios trazem aos turistas com deficiência visual sendo que, as primeiras podem ser substancialmente reduzidas ou até mesmo eliminadas pelo setor do turismo através da educação e formação dos seus funcionários enquanto que, remover as segundas é uma tarefa mais complicada, já que estas barreiras dependem totalmente do individuo com deficiência visual e não do setor do turismo (Packer, Small & Darcy, 2008).

Ao longo da literatura foi possível perceber que não é unânime qual das barreiras presentes no setor do turismo causa mais constrangimentos ao turista com deficiência visual. Esta investigação veio tentar compreender quais as barreiras que mais afetam os turistas com deficiência visual portugueses, enriquecendo os conhecimentos já existentes.

5.3. O SETOR DO TURISMO E O TURISTA COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Ao longo desta investigação foi notório que os turistas com deficiência visual ainda não estão totalmente integrados no setor do turismo, apesar de serem um segmento importante para este setor tal como constata Ozturk et al. (2008). Para estes turistas se integrarem totalmente no turismo, é necessário que as acessibilidades dos destinos turísticos melhorem, que exista mais inclusão por parte do setor e que se consigam eliminar ou diminuir as barreiras anteriormente mencionadas.

Os turistas entrevistados com deficiência visual ainda sentem que, por vezes, são postos de parte pelo setor do turismo especialmente porque este não têm serviços adequados às suas necessidades e pelo facto de os funcionários nem sempre serem treinados de modo a estarem preparados para todo o tipo de turistas, incluindo os turistas com deficiência visual. É de extrema importância que os destinos turísticos deem algum tipo de formação aos seus funcionários de modo a prepará-los para lidar com os turistas com deficiência visual, conforme observado no estudo de Hua (2019).

A pesquisa realizada revelou que para colmatar todos estes problemas, o setor do turismo deve, primeiramente, formar os seus funcionários de modo a que estes consigam entender o turista com deficiência visual e as suas necessidades e tentar tornar os destinos turísticos o mais acessíveis possíveis com a utilização, por exemplo, de sinais sonoros, pisos táteis e de braille, o que vai de encontro ao que Fuente-Robles et al. (2020) concluiu na sua investigação.

No entanto, apesar de todos estes problemas os turistas entrevistados afirmam que têm experiências maioritariamente positivas no turismo sendo que, notam que este setor tem vindo a ter um grande desenvolvimento quer em termos de acessibilidade quer em termos de inclusão. Por outro lado, também concordam que apesar de todo este progresso o setor do turismo ainda tem um grande caminho pela frente para se tornar completamente acessível a todo o tipo de turistas.

Em resumo, as entrevistas realizadas com os turistas com deficiência visual portugueses validaram as conclusões da revisão de literatura no que toca à forma como este segmento perceciona o setor do turismo, como um setor pouco inclusivo e pouco acessível que ainda tem um longo desenvolvimento pela frente, contudo foi possível entender que apesar de

todos estes problemas os turistas com deficiência visual portugueses têm maioritariamente boas experiências de turismo, algo distinto do que podemos observar na maioria da literatura.

5.4. ESTRATÉGIAS ADOTADAS PELOS TURISTAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL NO SETOR DO TURISMO

A análise das entrevistas revelou que a utilização de estratégias é de extrema importância para os turistas com deficiência visual, pois são estas que os vão ajudar a ultrapassar e a combater vulnerabilidades que possam surgir no setor do turismo levando a que, este segmento tenha experiências de turismo positivas. Apesar disto foi possível compreender que são as experiências negativas que este segmento experimenta no turismo que levam à criação de estratégias eficazes tal como destacam De Pascale et al. (2021) no seu estudo.

O planeamento intensivo e pormenorizado (Darcy, 2010; Pagan, 2012; Devile & Kastenholz, 2020) e a ajuda de terceiros (Reinhardt, 2001; Matsunaka et al. 2002; Balabanis et al., 2012; Falchetti et al., 2016) são as estratégias mais mencionadas não só nesta investigação como também na literatura. Muitos turistas com deficiência visual veem o planeamento intensivo como uma importante estratégia de modo a estarem preparados para qualquer problema que possa surgir ao longo da viagem. O facto do turista com deficiência visual se conseguir adaptar ao ambiente do destino turístico é também uma estratégia destacada por Devile e Kastenholz (2020). É de salientar que nesta investigação, esta estratégia foi mencionada por turistas com deficiência visual mais velhos. A memória é também uma estratégia adotada pelos turistas com deficiência visual para lidarem com os problemas do setor do turismo. Small et al. (2007) afirmam que esta é essencial para que este segmento do turismo se consiga movimentar pelos espaços com facilidade e confiança no entanto, esta é uma estratégia muito pouco mencionada na literatura.

Segundo Lazarus e Folkman (1984), Carver et al. (1989) e Carver e Connor-Smith (2010), existem dois tipos de estratégias, as focadas nos problemas onde se dá uma tentativa de alterar uma situação stressante e as focadas nas emoções onde existe um esforço por parte dos consumidores para regular as emoções num evento stressante. O planeamento intensivo, a ajuda de terceiros e a utilização da memória são estratégias focadas no problema enquanto que, a capacidade de adaptação é uma estratégia focada nas emoções já que, o turista com deficiência visual tenta adaptar-se a si e às suas emoções ao ambiente turístico onde se encontra.

Em última análise, a maioria das estratégias mencionadas pelos turistas com deficiência visual portugueses vão de encontro às estratégias mencionadas na literatura o que pode significar que estas estratégias de facto resultam e melhoram as experiências turísticas deste segmento. Algumas estratégias utilizadas pelos entrevistados e pouco mencionadas na literatura vieram enriquecer o conhecimento já existente nesta área.

6. CONCLUSÃO

Após esta investigação estar terminada é essencial que se faça um resumo dos aspetos mais relevantes desta investigação e das suas descobertas.

6.1. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Posteriormente à análise e discussão dos dados tendo em conta a literatura e os objetivos desta investigação, é possível responder a estes objetivos de forma clara.

É possível compreender que o segmento dos turistas com deficiência visual são um grupo heterogéneo a todos os níveis como por exemplo, ao nível das suas motivações, vulnerabilidades, poder económico e necessidades e, são um segmento tanto com vontade de viajar como com poder económico para o fazer ao contrário do que alguns estudos afirmam, algo que foi refutado nesta investigação. É necessário que antes de tudo, o setor do turismo entenda corretamente quem são estes turistas e quais são as suas características.

Ao nível das barreiras que mais afetam o turista com deficiência visual, os resultados permitem-nos afirmar que, apesar de existirem várias barreiras que limitam a participação total deste grupo de consumidores no turismo, as barreiras interpessoais e intrapessoais são aquelas que mais afetam os turistas com deficiência visual. Foi possível perceber que isto deve-se ao facto de as estratégias para os problemas relacionados com estas barreiras ainda não estarem bem cimentadas e ainda não serem totalmente eficazes como acontece com as barreiras de informação. Para além disso, é mais difícil ultrapassar as barreiras intrapessoais já que são problemas não relacionados com o setor do turismo mas sim com o próprio turista. No entanto, os sentimentos e problemas que proveem das barreiras interpessoais podem aumentar devido a experiências negativas no setor do turismo. Assim, se o setor do turismo

conseguir diminuir ou eliminar totalmente as restantes barreiras, pode levar à diminuição dos sentimentos associados às barreiras intrapessoais.

Devido a todos estes problemas associados às principais barreiras existentes no turismo, este setor ainda é percecionado como pouco inclusivo, pouco acessível e preconceituoso para os turistas com deficiência visual. De acordo com a literatura e com os dados extraídos das entrevistas realizadas é necessário que o setor do turismo crie maneiras de eliminar ou diminuir as barreiras anteriormente mencionadas com o objetivo de tornar os destinos turísticos cada vez mais acessíveis para todos. Isto passa primeiramente por dar formações aos seus funcionários já que, estes não estão preparados para receber turistas com deficiência visual o que, no fim, faz com que este segmento receba serviços de baixa qualidade e que as suas necessidades enquanto turistas não sejam atendidas e pelo aumento das acessibilidades dos destinos turísticos de uma forma geral. Contudo, nesta investigação foi possível perceber que, ao contrário do que a maioria da literatura afirma, estes turistas têm cada vez mais experiências positivas no turismo também pelo facto de este setor estar a evoluir gradualmente, apesar de ainda ter um longo percurso pela frente.

Esta investigação ajudou-nos a entender de que forma os turistas com deficiência visual conseguem ter boas experiências de turismo apesar dos muitos problemas neste setor. Foi possível concluir que os diferentes turistas utilizam diferentes estratégias e adaptam-nas ao seu ambiente. No entanto, o planeamento intensivo das viagens e a ajuda de terceiros, quer estes sejam familiares ou amigos ou desconhecidos, são as estratégias mais utilizadas por este grupo de turistas.

Assim, e depois de ser dada resposta a todos os objetivos específicos, conseguimos perceber que o objetivo geral desta investigação, compreender as vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no setor do turismo, foi também atingido. Podemos

concluir que são várias as vulnerabilidades sentidas pelos consumidores com deficiência visual no setor do turismo sendo que, algumas destas partem do próprio turista. No entanto, se o setor do turismo trabalhar para diminuir os seus problemas e barreiras, nomeadamente as estruturais e as interpessoais, que levam a que estes consumidores se sintam ainda mais vulneráveis, as experiências de turismo das pessoas com deficiência visual vão melhorar significativamente. Apesar disto, o turista com deficiência visual também tem de trabalhar os seus problemas, sentimentos e emoções que fazem com que este se torne ainda mais vulnerável. Assim, se o setor do turismo e o próprio turista com deficiência visual trabalharem em conjunto para diminuir certas barreiras ainda presentes neste setor, o turista com deficiência visual deixa de ser um consumidor tão vulnerável. Deste modo, e apesar de ainda se sentir vulnerável no que toca ao setor do turismo, o turista com deficiência visual não deixa de viajar nem de ter tempo de lazer, apenas o faz com mais dificuldades. Caso estas vulnerabilidades diminuam, o setor do turismo irá conseguir captar um grande nicho do mercado caracterizado pelo seu poder económico e pela fidelização a destinos que satisfaçam as suas necessidades enquanto turistas.

Este estudo contribuiu para a literatura sobre o comportamento e vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual no que diz respeito ao setor do turismo, examinado as estratégias utilizadas por este segmento e aquilo que pode ser feito pelo setor do turismo para progredir.

Apesar de existirem diversos estudos sobre vulnerabilidades do consumidor (Baker & Kaufman-Scarborough, 2001; Baker et al., 2005; Elms & Tinson, 2012; Falchetti et al., 2016), vulnerabilidades do consumidor com deficiência (Crawford & Godbey, 1987; Baker et al., 2002; Packer et al., 2008; Burns et al., 2009; Darcy, 2010; Small et al., 2012; Figueiredo et al., 2012; Michopoulou et al., 2015; Nyman et al., 2018; Tao et al., 2019; Lyu,

2017; Devile & Kastenholz, 2020) e barreiras existentes no setor do turismo (Crawford & Godbey, 1987; McKercher et al., 2003; Packer et al., 2008; Bowtell, 2015; Agovino et al., 2017; Kong e Loi, 2017; Qiao et al., 2021; Sintáková & Lasisi, 2021), são ainda escassos os estudos sobre vulnerabilidades do consumidor com deficiência visual e sobre este segmento no setor do turismo sendo que, a maioria dos estudos que existem estão relacionados com a deficiência em geral, não se focando em nenhuma em específico.

Assim, é possível afirmar que os resultados desta investigação são do interesse das organizações de turismo e dos destinos turísticos, mas também dos profissionais e gestores de marketing que tenham o objetivo de compreender melhor o comportamento, motivações e vulnerabilidades deste grupo de turistas com o objetivo de melhorar as estratégias dos destinos, implementando estratégias relacionadas com o marketing inclusivo já que, como foi dito ao longo desta investigação, a acessibilidade e a inclusão fazem com que, os turistas com deficiência visual se fidelizem repetindo, constantemente, este tipo de destinos turísticos.

6.2. LIMITAÇÕES DO ESTUDO E PISTAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURA

A análise e discussão dos resultados e das conclusões desta investigação, exigem que sejam identificadas as principais limitações deste estudo e pistas de investigação futura, com o objetivo de ajudar outras investigações futuras.

Aponta-se como primeira limitação o facto de o número de entrevistados desta investigação ser reduzido dentro de um grupo tão extenso de consumidores. Assim, estudos futuros devem considerar aumentar o número de entrevistados com o objetivo de obter resultados ainda mais diferenciados.

Outra limitação passa pelo facto de todos os entrevistados terem mais de 30 anos e serem na sua maioria do género masculino. Investigações futuras devem considerar participantes mais jovens e uma maior diversidade no que diz respeito ao género dos entrevistados de modo a obterem dados mais abrangentes.

Como esta investigação se concentrou num contexto específico, neste caso os turistas com deficiência visual portugueses, as suas conclusões podem não se aplicar a outros contextos ou países. Investigações futuras podem assim explorar contextos diferentes de modo a perceberem as diferenças que existem entre os diversos turistas com deficiência visual.

No que diz respeito a investigações futuras seria interessante entender as vulnerabilidades dos consumidores com deficiência visual noutros setores já que, existem poucos estudos sobre este importante segmento do mercado. Para além disso, os estudos deveriam abranger outros tipos de deficiências.

Seria curioso que estudos futuros se distanciassem do modelo de Crawford & Godbey (1987) e tentassem aplicar outros modelos como o de Qiao et al. (2021) que se foca nos fatores que impactam o comportamento do turista com deficiência visual. Poderiam ainda tentar entender que novas barreiras ou fatores afetam os consumidores com deficiência visual já que, pelo facto de muitos destes modelos serem antigos ou se basearem em modelos mais antigos, podem ter surgido novas barreiras ou fatores que afetam este grupo de consumidores.

Investigações futuras podem ainda utilizar diferentes técnicas de recolhas de dados pois destas podem obter diferentes resultados, levando assim ao enriquecimento do conhecimento sobre este tema.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adam, I. (2019). Accommodators or non-accommodators? A typology of hotel frontline employees' attitude towards guests with disabilities. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 22-31. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.010>
- Agapito, D. (2022). Marketing Sensorial: casos no retalho, hospitalidade e turismo.
- Agovino, M., Casaccia, M., Garofalo, A., & Marchesano, K. (2017). Tourism and disability in Italy. Limits and opportunities. *Tourism management perspectives*, 23, 58-67. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.05.001>
- Alderman, D. H. (2013). Introduction to the Special Issue: African Americans and Tourism. *Tourism Geographies*, 15(3), 375–379. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.762544>
- Ambrose, I., Garcia, A., Papamichail, K., & Veitch, C. (2017). Manual de gestão de destinos turísticos acessíveis. *European Network for Accessible Tourism*.
- Amiralian, M. L. T. M., & Compreendendo, O. (1997). Cego: Uma Visão Psicanalítica da Cegueira Por Meio de Desenhos-Estórias.
- Arellano, L. (2003). Broadening horizons. *Travel Agent*, 311(10), 21–22.
- Babu, A., Maiya, A., Shah, P., & Veluswamy, S. (2013). Clinical trial registration in physiotherapy research. *Perspectives in Clinical Research*, 4(3), 191. <https://doi.org/10.4103/2229-3485.115387>
- Baker, S. M. (2006). Consumer normalcy: Understanding the value of shopping through narratives of consumers with visual impairments. *Journal of Retailing*, 82(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2005.11.003>

- Baker, S. M., Gentry, J. W., & Rittenburg, T. L. (2005). Building understanding of the domain of consumer vulnerability. *Journal of Macromarketing*, 25(2), 128–139. <https://doi.org/10.1177/0276146705280622>
- Baker, S. M., Stephens, D. L., & Hill, R. P. (2002). How can retailers enhance accessibility: giving consumers with visual impairments a voice in the marketplace. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9(4), 227-239. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(01\)00034-0](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(01)00034-0)
- Balabanis, G., Mitchell, V. W., Bruce, I., & Riefler, P. (2012). A Conceptual Stress-Coping Model of Factors Influencing Marketplace Engagement of Visually Impaired Consumers. *Journal of Consumer Affairs*, 46(3), 485–505. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2012.01234.x>
- Balushi, K. (2016). The use of online semi-structured interviews in interpretive research. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 57(4), 2319-7064.
- Banovic, N., Franz, R. L., Truong, K. N., Mankoff, J., & Dey, A. K. (2013, October). Uncovering information needs for independent spatial learning for users who are visually impaired. In *Proceedings of the 15th international ACM SIGACCESS conference on computers and accessibility* (pp. 1-8). <https://doi.org/10.1145/2513383.2513445>
- Bascom, G. W., & Christensen, K. M. (2017). The impacts of limited transportation access on persons with disabilities' social participation. *Journal of Transport & Health*, 7, 227-234. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2017.10.002>
- Bassi, I. M. (2006). Necessidades especiais e turismo: desafio e busca de qualidade. *Revista Intersaberes*, 1(2), 243-258. <https://doi.org/10.22169/revint.v1i2.97>

- Batista, E. C., de Matos, L. A. L., & Nascimento, A. B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38.
- Bauer, I. (2018). When travel is a challenge: Travel medicine and the ‘disabled’ traveller. *Travel medicine and infectious disease*, 22, 66-72. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2018.02.001>
- Belgium, G. F. K. (2014). Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe: Presentation of the key study findings.
- Benjamin, S., Bottone, E., & Lee, M. (2021). Beyond accessibility: exploring the representation of people with disabilities in tourism promotional materials. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 295-313. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1755295>
- Bi, Y., Card, J. A., & Cole, S. T. (2007). Accessibility and attitudinal barriers encountered by Chinese travellers with physical disabilities. *International Journal of Tourism Research*, 9(3), 205-216. <https://doi.org/10.1002/jtr.603>
- Bizjak, B., Knežević, M., & Cvetrežnik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students. *Annals of tourism research*, 38(3), 842-857. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.017>
- Bowtell, J. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 203-222. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0012>
- Boyle, C. A., Fox, M. H., Havercamp, S. M., & Zubler, J. (2020). The public health response to the COVID-19 pandemic for people with disabilities. *Disability and Health Journal*, 13(3), 100943. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2020.100943>

- Brandao, Z. (2000). Entre questionários e entrevistas. *Familia & escola. Rio de Janeiro: Vozes*, 171-83.
- Bruce, I., Harrow, J., & Obolenskaya, P. (2007). Blind and partially sighted people's perceptions of their inclusion by family and friends. *The British Journal of Visual Impairment*, 25(1), 68–85. <https://doi.org/10.1177/0264619607071778>
- Brumbaugh, S. (2018). Travel patterns of American adults with disabilities. *Bureau Of Transportation Statistics, Washington DC, WA, USA, US Department of Transportation*.
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G. (2005). Accessibility market and stakeholder analysis. *University of Surrey y One Stop Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE)*.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40(1), 4-11. <https://doi.org/10.1177/0047287501040001>
- Burns, N., Paterson, K., & Watson, N. (2009). An inclusive outdoors? Disabled people's experiences of countryside leisure services. *Leisure Studies*, 28(4), 403-417. <https://doi.org/10.1080/02614360903071704>
- Burton, D., & Klemm, M. (2011). Whiteness, ethnic minorities and advertising in travel brochures. *The Service Industries Journal*, 31(5), 679-693. [10.1080/02642060902822083](https://doi.org/10.1080/02642060902822083)

- Carmo, H., & Ferreira, M. (2008). Metodologia da Investigação—Guia para Autoaprendizagem (2ª edição). Lisboa: Universidade Aberta, 15, 16.
- Carver, C. S., & Connor-Smith, J. (2010). Personality and coping. *Annual Review of Psychology*, 61, 679–704. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100352>
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, K. J. (1989). Assessing Coping Strategies: A Theoretically Based Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(2), 267–283. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.2.267>
- Chen, R. J. (2005). Uses of hospitality and leisure services: voices of visitors with disabilities. In *Advances in Hospitality and Leisure* (pp. 89-102). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1745-3542\(04\)01006-9](https://doi.org/10.1016/S1745-3542(04)01006-9)
- Clarke, P., Ailshire, J. A., & Lantz, P. (2009). Urban built environments and trajectories of mobility disability: findings from a national sample of community-dwelling American adults (1986–2001). *Social science & medicine*, 69(6), 964-970. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.06.041>
- Clough, B. (2017). Disability and vulnerability: Challenging the capacity/incapacity binary. *Social Policy and Society*, 16(3), 469-481. <https://doi.org/10.1017/S1474746417000069>
- Cochran, A. L. (2020). Understanding the role of transportation-related social interaction in travel behavior and health: A qualitative study of adults with disabilities. *Journal of Transport & Health*, 19, 100948. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2020.100948>
- Cockburn-Wooten, C., & McIntosh, A. (2020). Improving the accessibility of the tourism industry in New Zealand. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su122410478>

- Cook, L. H., & Shiness, K. J. (2014). Leisure, work, and disability coping: "I mean, you always need that 'in' group". *Leisure Sciences*, 36(5), 420-438. <https://doi.org/10.1080/01490400.2014.912167>
- Corran, P., Steinbach, R., Saunders, L., & Green, J. (2018). Age, disability and everyday mobility in London: An analysis of the correlates of 'non-travel' in travel diary data. *Journal of transport & health*, 8, 129-136. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2017.12.008>
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127. <https://doi.org/10.1080/01490408709512151>
- Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure sciences*, 13(4), 309-320. <https://doi.org/10.1080/01490409109513147>
- Crudden, A., Antonelli, K., & O'Mally, J. (2016). Transportation self-efficacy and social problem-solving of persons who are blind or visually impaired. *Journal of Social Work in Disability & Rehabilitation*, 15(1), 52-61. <https://doi.org/10.1080/1536710X.2016.1124254>
- Dandona, L., & Dandona, R. (2006). What is the global burden of visual impairment? *BMC Medicine*, 4. <https://doi.org/10.1186/1741-7015-4-6>
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D., & Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales": an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism management*, 26(6), 919-930. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.010>

- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816–826. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.010>
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2010). Introduction: from disabled tourists to accessible tourism. In *Accessible tourism* (pp. 1-20). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845411626-004>
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Conceptualising disability. *Accessible tourism: Concepts and issues*, 45.
- Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537. <https://doi.org/10.1080/09669581003690668>
- Darcy, S., & Pegg, S. (2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 468-476. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.09.009>
- Daruwalla, P., & Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549-570. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.008>
- Dauster, T. A. (1999). Fabricação de livros infanto-juvenis e os usos escolares: o olhar de editores. *Revista Educação/PUC-Rio*, 49, 1-18.
- De Pascale, A., Meleddu, M., & Abbate, T. (2021). Exploring the propensity to travel of people with disabilities: a literature review. Available at SSRN 3832082. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3832082>
- de Portugal, T. (2013). Guia de Boas Práticas de Acessibilidade-Turismo Ativo. Acedido a 6 de junho de 2023 a partir de

<https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>

DeJonckheere, M., & Vaughn, L. M. (2019). Semistructured interviewing in primary care research: a balance of relationship and rigour. *Family medicine and community health*, 7(2). [10.1136/fmch-2018-000057](https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000057)

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

Devile, E., & Kastenholz, E. (2020). Accessible tourism experiences: the voice of people with visual disabilities. In *Social Tourism at the Crossroads* (pp. 84–104). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429290077-6>

Diamant, M. (2017). Walgreens features model with Down Syndrome. *Disability Scoop*.

DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical education*, 40(4), 314-321. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>

Disability. (2019). Wwww.who.int. Disponível em: <https://www.who.int/topics/disabilities/en>

Domínguez Vila, T., Alén González, E., & Darcy, S. (2018). Website accessibility in the tourism industry: an analysis of official national tourism organization websites around the world. *Disability and Rehabilitation*, 40(24), 2895–2906. <https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1362709>

Duarte, R. (2002). Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. *Cadernos de pesquisa*, 139-154. <https://doi.org/10.1590/S0100-15742002000100005>

Echeverri, P., & Salomonson, N. (2019). Consumer vulnerability during mobility service interactions: causes, forms and coping. *Journal of Marketing Management*, 35(3–4), 364–389. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1568281>

- Edelheim, J. R. (2007). Hidden messages: A polysemic reading of tourist brochures. *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 5–17. <https://doi.org/10.1177/1356766706071202>
- Elms, J., & Tinson, J. (2012). Consumer vulnerability and the transformative potential of Internet shopping: An exploratory case study. *Journal of Marketing Management*, 28(11-12), 1354-1376. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.691526>
- Eusébio, C., Alves, J. P., Carneiro, M. J., & Teixeira, L. (2023). Needs, motivations, constraints and benefits of people with disabilities participating in tourism activities: the view of formal caregivers. *Annals of Leisure Research*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/11745398.2023.2190141>
- Falchetti, C., Ponchio, M. C., & Botelho, N. L. P. (2016). Understanding the vulnerability of blind consumers: adaptation in the marketplace, personal traits and coping strategies. *Journal of Marketing Management*, 32(3–4), 313–334. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1119710>
- Faria, M. D., da Silva, J. F., & Ferreira, J. B. Transformative consumer research and the visually impaired: A study on restaurant services. Ferraz, R. (2020). *Acessibilidade na Web: Boas práticas para construir sites e aplicações acessíveis*. Casa do Código.
- Kaufman, C. F. (1995). Shop' til you drop: tales from a physically challenged shopper. *Journal of Consumer Marketing*, 12(3), 39-55. <https://doi.org/10.1108/07363769510090455>
- Figueiredo, E., Eusébio, C., & Kastenholz, E. (2012). How Diverse are Tourists with Disabilities? A Pilot Study on Accessible Leisure Tourism Experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 14(6), 531–550. <https://doi.org/10.1002/jtr.1913>

- Fisher, K. R., & Purcal, C. (2017). Policies to change attitudes to people with disabilities. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 19(2), 161-174. <https://doi.org/10.1080/15017419.2016.1222303>
- Flick, U., & Parreira, A. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*.
- Fodness, D., & Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of tourism research*, 24(3), 503-523. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00009-1)
- Folkman, S. (2012). Stress, coping, and hope. In *Psychological aspects of cancer* (pp. 119-127). Boston, MA: Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-4866-2_8
- Froehlich, J. E., Brock, A. M., Caspi, A., Guerreiro, J., Hara, K., Kirkham, R., ... & Tannert, B. (2019). Grand challenges in accessible maps. *interactions*, 26(2), 78-81. <https://doi.org/10.1145/3301657>
- Fuente-Robles, Y. M. D. L., Muñoz-de-Dios, M. D., Mudarra-Fernández, A. B., & Ricoy-Cano, A. J. (2020). Understanding stakeholder attitudes, needs and trends in accessible tourism: A systematic review of qualitative studies. *Sustainability*, 12(24), 10507. <https://doi.org/10.3390/su122410507>
- Gelling, L. (2015). Qualitative research. *Nursing Standard*, 29(30), 43. [10.7748/ns.29.30.43.e9749](https://doi.org/10.7748/ns.29.30.43.e9749)
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability*, 12(22), 9722. <https://doi.org/10.3390/su12229722>
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de administração de empresas*, 35, 57-63.

- Gonda, T. (2021). Travelling habits of people with disabilities. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 844–850. <https://doi.org/10.30892/GTG.37315-717>
- Gori, M., Bertonati, G., Mazzoni, E., Freddi, E., & Amadeo, M. B. (2022). The impact of COVID-19 on the everyday life of blind and sighted individuals. *Frontiers in Psychology*, 13, 897098. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.897098>
- Grady, J., & Ohlin, J. B. (2009). Equal access to hospitality services for guests with mobility impairments under the Americans with Disabilities Act: Implications for the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.06.013>
- Guazi, T. S. (2021). Diretrizes para o uso de entrevistas semiestruturadas em investigações científicas. *Revista Educação, Pesquisa e Inclusão*, 2.
- Guerra, C. M., & da Veiga Dias, V. (2021). Marketing Sensorial e Consumidores com Deficiência: Uma análise a respeito da lembrança de marca. *Consumer Behavior Review*, 5(1), 140-157.
- Gupta, G. (2019). Inclusive use of digital marketing in tourism industry. In *Information Systems Design and Intelligent Applications: Proceedings of Fifth International Conference INDIA 2018 Volume 1* (pp. 411-419). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3329-3_38
- Gupta, M., Abdolrahmani, A., Edwards, E., Cortez, M., Tumang, A., Majali, Y., ... & Branham, S. M. (2020, April). Towards more universal wayfinding technologies: Navigation preferences across disabilities. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-13). <https://doi.org/10.1145/3313831.3376581>

- Halpern, N., Rickly, J. M., Hansen, M., & Fellenor, J. (2023). COVID-19 and vision impairment: Constraints negotiation, participation, and well-being during lockdown in the United Kingdom. *British Journal of Visual Impairment*, *41*(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/02646196211009931>
- Hanley, E., Patterson, I., & Auld, C. (1996). Constraints to participation in sport and recreation activities for people with disabilities: a study. *Australian Disability Review*, (2), 38-52.
- Hara, K., Chan, C., & Froehlich, J. E. (2016, May). The design of assistive location-based technologies for people with ambulatory disabilities: A formative study. In *Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1757-1768). <https://doi.org/10.1145/2858036.2858315>
- Harrison, P., & Gray, C. (2010). The ethical and policy implications of profiling ‘vulnerable’ customers. *International journal of consumer studies*, *34*(4), 437-442. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00873.x>
- Haven, T., & Van Grootel, D. L. (2019). Preregistering qualitative research. *Accountability in research*, *26*(3), 229-244. <https://doi.org/10.1080/08989621.2019.1580147>
- Heckhausen, J., & Schulz, R. (1995). A Life-Span Theory of Control. *Psychological Review*, *102*(2), 284–304. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.2.284>
- Henly, M., & Brucker, D. L. (2019). Transportation patterns demonstrate inequalities in community participation for working-age Americans with disabilities. *Transportation research part A: policy and practice*, *130*, 93-106. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.09.042>
- Hignett, S., & McDermott, H. (2015). Qualitative methodology for ergonomics (Version 1). Loughborough University. <https://hdl.handle.net/2134/23558>

- Hill, R. P., Sharma, E., Chaplin, L., Fisher, E., Kopalle, P., Kyung, E., Laidre, M., Lutz, R., Macinnis, D., Ozanne, J., Pandya, M., Paronto, M., Santana, S., & Tully, S. (n.d.). *Consumer Vulnerability*. <https://ssrn.com/abstract=3549590>
- Hogg, G., & Wilson, E. (2004, August). Does he take sugar? The disabled consumer and identity. In *British Academy of Management Conference Proceedings*. St. Andrews, Scotland.
- Strenta, A. C., & Kleck, R. E. (1984). Physical disability and the perception of social interaction: It's not what you look at but how you look at it. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10(2), 279-288. <https://doi.org/10.1177/0146167284102014>
- Hua, A. K. (2019). How satisfaction disabled people engaging in tourism activities? A case study of disability tourism in Kuala Lumpur city. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 4(4), 29-35. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v4i4.233>
- IEEE Communications Society, & Institute of Electrical and Electronics Engineers. (n.d.). *CCNC 2019: 2019 16th IEEE Annual Consumer Communications & Networking Conference (CCNC)*.
- INE. (2021). *Indicador*. Tabulador.ine.pt. Acedido a 25 de maio de 2023 a partir de <https://tabulador.ine.pt/indicador/?id=0011695>
- Jarvis, C. I., Van Zandvoort, K., Gimma, A., Prem, K., Auzenbergs, M., O'Reilly, K., Medley, G., Emery, J. C., Houben, R. M. G. J., Davies, N., Nightingale, E. S., Flasche, S., Jombart, T., Hellewell, J., Abbott, S., Munday, J. D., Bosse, N. I., Funk, S., Sun, F., ... Edmunds, W. J. (2020). Quantifying the impact of physical distance measures on the transmission of COVID-19 in the UK. *BMC Medicine*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12916-020-01597-8>

- Jenkins, E. K., McAuliffe, C., Hirani, S., Richardson, C., Thomson, K. C., McGuinness, L., Morris, J., Kousoulis, A., & Gadermann, A. (2021). A portrait of the early and differential mental health impacts of the COVID-19 pandemic in Canada: Findings from the first wave of a nationally representative cross-sectional survey. *Preventive Medicine, 145*. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106333>
- Jones, N., Bartlett, H. E., & Cooke, R. (2019). An analysis of the impact of visual impairment on activities of daily living and vision-related quality of life in a visually impaired adult population. *British Journal of Visual Impairment, 37*(1), 50-63. <https://doi.org/10.1177/0264619618814071>
- Jurado-Almonte, J. M. (2014). El turismo accesible en Andalucía. Un producto turístico emergente. *Revista de Estudios Andaluces, (31)*, 1-34. <https://doi.org/10.12795/rea.2014.i31.01>
- Kaufman, C. F. (1995). Shop' til you drop: tales from a physically challenged shopper. *Journal of Consumer Marketing, 12*(3), 39-55. <https://doi.org/10.1108/07363769510090455>
- Kastenholz, E., Eusébio, C., & Figueiredo, E. (2015). Contributions of tourism to social inclusion of persons with disability. *Disability & Society, 30*(8), 1259-1281. <https://doi.org/10.1080/09687599.2015.1075868>
- Kim, S., & Ulfarsson, G. F. (2004). Travel mode choice of the elderly: effects of personal, household, neighborhood, and trip characteristics. *Transportation Research Record, 1894*(1), 117-126. <https://doi.org/10.3141/1894-13>
- Kitchin, R. (1998). 'Out of Place', 'Knowing One's Place': Space, power and the exclusion of disabled people. *Disability & society, 13*(3), 343-356.

- Kong, W. H., & Loi, K. I. (2017). The barriers to holiday-taking for visually impaired tourists and their families. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 99–107. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.06.001>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of marketing: global edition* 16. ed.
- Kutikova, A., Balata, J., & Mikovec, Z. (2017, September). Explorations into ICT usage and behavior in travel related activities of wheelchair users. In *2017 8th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom)* (pp. 000231-000236). IEEE. [10.1109/CogInfoCom.2017.8268248](https://doi.org/10.1109/CogInfoCom.2017.8268248)
- Lazarus, R. S. (2006). Emotions and interpersonal relationships: Toward a person-centered conceptualization of emotions and coping. *Journal of personality*, 74(1), 9-46. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2005.00368.x>
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer publishing company.
- Lee, B. K., Agarwal, S., & Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33(3), 569-579. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.011>
- Lim, J. E. (2020). Understanding the discrimination experienced by customers with disabilities in the tourism and hospitality industry: The case of Seoul in South Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18). <https://doi.org/10.3390/SU12187328>
- Lindstrom, M. (2009). *Brand sense: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos*. Bookman Editora.

- Liu, J., Gao, Y. M., & Yu, T. T. (2018). A brief analysis of the aesthetic significance of sensory compensation in the blind aesthetic experience. *Fine Arts Literature*, *42*, 8-10.
[10.16585/j.cnki.mswx.2018.05.006](https://doi.org/10.16585/j.cnki.mswx.2018.05.006)
- Loi, K. I., & Kong, W. H. (2017). Tourism for all: Challenges and issues faced by people with vision impairment. *Tourism Planning & Development*, *14*(2), 181-197.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2016.1204357>
- Luther, A. (2013). Tourists with severe disability. *Medical tourism and transnational health care*, 64-79.
- Lyu, S. O. (2017). Which accessible travel products are people with disabilities willing to pay more? A choice experiment. *Tourism Management*, *59*, 404-412.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.002>
- Macedo, C. F., & Sousa, B. M. (2019). The accessibility in eTourism: a study from the perspective of people with specific needs. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *17*(4), 709-723.. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.050>
- Márquez, L., Poveda, J. C., & Vega, L. A. (2019). Factors affecting personal autonomy and perceived accessibility of people with mobility impairments in an urban transportation choice context. *Journal of Transport & Health*, *14*, 100583.
<https://doi.org/10.1016/j.jth.2019.100583>
- Matsunaka, K., Inoue, A., & Miyata, Y. (2002). The effect of sight levels on daily stressors and coping styles. *Japanese psychological research*, *44*(1), 1-8.
<https://doi.org/10.1111/1468-5884.00001>
- Mayordomo-Martínez, D., Sánchez-Aarnoutse, J. C., Carrillo-de-Gea, J. M., García-Berná, J. A., Fernández-Alemán, J. L., & García-Mateos, G. (2019). Design and development of a mobile app for accessible beach tourism information for people with

- disabilities. *International journal of environmental research and public health*, 16(12), 2131. <https://doi.org/10.3390/ijerph16122131>
- Mcgrath, C., Palmgren, P. J., Liljedahl, M. Twelve tips for conducting qualitative research interviews. *Medical teacher*, v. 41, n. 9, p. 1002-1006, 2019. Doi: <https://doi.org/10.1080/0142159x.2018.1497149>
- McKercher, B., & Darcy, S. (2018). Re-conceptualizing barriers to travel by people with disabilities. *Tourism management perspectives*, 26, 59-66. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.01.003>
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465-474. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00107-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00107-3)
- Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 179–188. <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2015-0043>
- Minayo, M. C. D. S. (2012). Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & saúde coletiva*, 17, 621-626. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000300007>
- Minayo, M. C. D. S., & Sanches, O. (1993). Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?. *Cadernos de saúde pública*, 9, 237-248. <https://doi.org/10.1590/S0102-311X1993000300002>
- Monteiro, N. M., Balogun, S. K., & Oratile, K. N. (2014). Managing stress: the influence of gender, age and emotion regulation on coping among university students in Botswana. *International journal of adolescence and youth*, 19(2), 153-173. <https://doi.org/10.1080/02673843.2014.908784>

- Morgan, F. W., Schuler, D. K., & Stoltman, J. J. (1995). A framework for examining the legal status of vulnerable consumers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 14(2), 267-277. <https://doi.org/10.1177/074391569501400208>
- Müller, K., Engel, C., Loitsch, C., Stiefelhagen, R., & Weber, G. (2022). Traveling more independently: a study on the diverse needs and challenges of people with visual or mobility impairments in unfamiliar indoor environments. *ACM Transactions on Accessible Computing (TACCESS)*, 15(2), 1-44. <https://doi.org/10.1145/3514255>
- Murphy, R. (1990). 1987 The Body Silent.
- Natalia, P., Clara, R. A., Simon, D., Noelia, G., & Barbara, A. (2019). Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America. *Tourism Management*, 75, 169-185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.012>
- Neulinger, J. (1974). The psychology of leisure: Research approaches to the study of leisure. *Springfield*, 11, 295-306.
- Nyman, E., Westin, K., & Carson, D. (2018). Tourism destination choice sets for families with wheelchair-bound children. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 26-38. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1362172>
- Oliver, M. (1990). The ideological construction of disability. *The politics of disablement*, 43-59. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20895-1_4.
- Özogul, G., & Baran, G. G. (2016). Accessible tourism: the golden key in the future for the specialized travel agencies. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 79-87. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0005>

- Ozturk, Y., Yayli, A., & Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market?. The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management, 29*(2), 382–389. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.011>
- Packer, T. L., Mckercher, B., & Yau, M. K. (2007). Understanding the complex interplay between tourism, disability and environmental contexts. *Disability and rehabilitation, 29*(4), 281-292. <https://doi.org/10.1080/09638280600756331>
- Packer, T., & Carter, M. (2004). Out of the blue! Valuing the disability market in tourism, Report of the 5th National Nican Conference, Perth 20-22 September 2004.
- Packer, T., Small, J., & Darcy, S. (2008). *Tourist experiences of individuals with vision impairment*. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Pagan, R. (2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of tourism research, 39*(3), 1514-1537. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.005>
- Patterson, I., & Pegg, S. (2011). Aging travellers: Seeking an experience-not just a destination. *Accessible tourism: Concepts and issues*, 174-190.
- Pavia, T. M., & Mason, M. J. (2014). Vulnerability and physical, cognitive, and behavioral impairment: Model extensions and open questions. *Journal of Macromarketing, 34*(4), 471-485. <https://doi.org/10.1177/0276146714527766>
- Pehlivanoglu, B. (2019). Hotel Adaptation for Travelers with Disabilities (TWD): A Design Oriented Analysis. In *Online Journal of Art and Design* (Vol. 7, Issue 5).
- Piramanayagam, S., Pritam, P., & More, B. A. (2019). Inclusive hotel design in India: A user perspective. *Journal of Accessibility and Design for All, 9*(1), 41-65. [10.17411/jacces.v9i1.185](https://doi.org/10.17411/jacces.v9i1.185)

- Qiao, G., Cao, Y., & Zhang, J. (2023). Accessible Tourism – understanding blind and vision-impaired tourists’ behaviour towards inclusion. *Tourism Review*, 78(2), 531–560. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2022-0129>
- Qiao, G., Song, H., Prideaux, B., & Huang, S. (Sam). (2023). The “unseen” tourism: Travel experience of people with visual impairment. *Annals of Tourism Research*, 99. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103542>
- Qiao, G., Zhang, J., Pabel, A., & Chen, N. (2021). Understanding the Factors Influencing the Leisure Tourism Behavior of Visually Impaired Travelers: An Empirical Study in China. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.684285>
- Rai, P., Rohatgi, J., & Dhaliwal, U. (2019). Coping strategy in persons with low vision or blindness—an exploratory study. *Indian journal of ophthalmology*, 67(5), 669. [10.4103/ijoo.IJO_1655_18](https://doi.org/10.4103/ijoo.IJO_1655_18)
- Randle, M., & Dolnicar, S. (2019). Enabling people with impairments to use Airbnb. *Annals of Tourism Research*, 76, 278-289. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.015>
- Rebelo, S., Patuleia, M., & Dias, Á. (2022). Inclusive Tourism: Assessing the Accessibility of Lisbon as a Tourist Destination. *Tourism and Hospitality*, 3(2), 466–495. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3020030>
- Reinhardt, J. P. (2001). Effects of positive and negative support received and provided on adaptation to chronic visual impairment. *Applied Developmental Science*, 5(2), 76-85. [10.1207/S1532480XADS0502_3](https://doi.org/10.1207/S1532480XADS0502_3)
- Reindrawati, D. Y., Noviyanti, U. D., & Young, T. (2022). Tourism Experiences of People with Disabilities: Voices from Indonesia. *Sustainability*, 14(20), 13310. <https://doi.org/10.3390/su142013310>

- Resende, R. (2016). Técnica de investigação qualitativa: ETCI. *Journal of sport pedagogy & research*, 2(1), 50-57.
- Rhodda, S., Darcy, S., & Ambrose, I. (2012). Accessible tourism in New Zealand. *Best Practice in Accessible Tourism, Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*, Channel View Publications, Bristol, 114-23.
- Richards, V., Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2010). Tourism and visual impairment. In *Tourism and inequality: Problems and prospects* (pp. 21-33). Wallingford UK: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845936624.0021>
- Richards, V., Pritchard, A., & Morgan, N. (2010). (Re)Envisioning tourism and visual impairment. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1097–1116. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.04.011>
- Robinson, N., Packer, T., Carter, M., Goddard, T., & Muir, T. (2007). Travellers with disabilities: A substantial and growing tourism Niche market. *CAUTHE (17th: 2007: Manly, Syd.)*, 34-48.
- Rubio-Escuderos, L., García-Andreu, H., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2021). Perspectives on experiences of tourists with disabilities: implications for their daily lives and for the tourist industry. *Tourism Recreation Research*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1981071>
- Sansivieiro, S., & de Moraes Dias, C. M. (2005). Hotelaria e acessibilidade. *Turismo: Visão e Ação*, 7(3), 439-454. [10.14210/rtva.v7n3.p439-454](https://doi.org/10.14210/rtva.v7n3.p439-454)
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589–609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>

- Schmöcker, J. D., Quddus, M. A., Noland, R. B., & Bell, M. G. (2005). Estimating trip generation of elderly and disabled people: Analysis of London data. *Transportation research record*, 1924(1), 9-18. <https://doi.org/10.1177/0361198105192400102>
- Schölvinck, A. F. M., Pittens, C. A., & Broerse, J. E. (2017). The research priorities of people with visual impairments in the Netherlands. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 111(3), 201-217. <https://doi.org/10.1177/0145482X1711100302>
- Shakespeare, T., Ndagire, F., & Seketi, Q. E. (2021). Triple jeopardy: disabled people and the COVID-19 pandemic. *The Lancet*, 397(10282), 1331-1333. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)00625-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00625-5)
- Shaw, G., & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey. *Tourism management*, 25(3), 397-403. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00139-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00139-0)
- Shi, L., Cole, S., & Chancellor, H. C. (2012). Understanding leisure travel motivations of travelers with acquired mobility impairments. *Tourism Management*, 33(1), 228-231. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.007>
- Silva, G. C. R. F. (2010). O método científico na psicologia: abordagem qualitativa e quantitativa.
- Šintáková, O., & Lasisi, T. T. (2020). Travel Motivation and Barriers to Travel for People with Visual Impairments. *Czech Journal of Tourism*, 9(1), 54-67. [10.2478/cjot-2020-0004](https://doi.org/10.2478/cjot-2020-0004)
- Small, J. (2007). The emergence of the body in the holiday accounts of women and girls. In *Tourism and gender: Embodiment, sensuality and experience* (pp. 73-91). Wallingford UK: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845932718.0073>

- Small, J., Darcy, S., & Packer, T. (2012). The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze. *Tourism Management, 33*(4), 941-950. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.015>
- Smith, B., & Sparkes, A. (2016). *Handbook of Qualitative Research in Sport and Exercise Obesity management services View project disability and physical activity View project*. <https://www.researchgate.net/publication/308721085>
- Smith, R. W. (1987). Leisure of disable tourists: Barriers to participation. *Annals of tourism research, 14*(3), 376-389. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90109-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90109-5)
- Sundar, V., Brucker, D. L., Pollack, M. A., & Chang, H. (2016). Community and social participation among adults with mobility impairments: A mixed methods study. *Disability and health journal, 9*(4), 682-691. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2016.05.006>
- Takeda, K., & Card, J. A. (2002). US tour operators and travel agencies: Barriers encountered when providing package tours to people who have difficulty walking. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 12*(1), 47-61. https://doi.org/10.1300/J073v12n01_03
- Tao, B. C., Goh, E., Huang, S. (Sam), & Moyle, B. (2019). Travel constraint perceptions of people with mobility disability: a study of Sichuan earthquake survivors. *Tourism Recreation Research, 44*(2), 203–216. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1589085>
- United Nations. (2013). *Promoting accessible tourism for all | United Nations Enable*. UN.org. Acedido a 14 de abril de 2023 a partir de <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>

- Wendell, S. (1989). Toward a feminist theory of disability. *Hypatia*, 4(2), 104-124.
- Wennberg, H., Hydén, C., & Ståhl, A. (2010). Barrier-free outdoor environments: Older peoples' perceptions before and after implementation of legislative directives. *Transport policy*, 17(6), 464-474.
<https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2010.04.013>
- Westcott, J. (2004). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. Office for Official Publications of the European Communities. Acedido a 9 de outubro de 2023 a partir de https://single-market-economy.ec.europa.eu/services/tourism/policy-areas/doc/improving_accessibility_en.pdf
- Williams, R., Rattray, R., & Grimes, A. (2007). Online accessibility and information needs of disabled tourists: A three country hotel sector analysis. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 157.
- Wong, S. (2018). Traveling with blindness: A qualitative space-time approach to understanding visual impairment and urban mobility. *Health & Place*, 49, 85-92.
<https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2017.11.009>
- World Health Organization. (2022). *Blindness and Vision Impairment*. World Health Organization. Acedido a 15 de junho de 2023 a partir de <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>
- Yampolsky, M. A., Wittich, W., Webb, G., & Overbury, O. (2008). The role of spirituality in coping with visual impairment. *Journal of visual impairment & blindness*, 102(1), 28-39. <https://doi.org/10.1177/0145482X0810200104>
- Yau, M. K. S., McKercher, B., & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of tourism research*, 31(4), 946-960.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.03.007>

Zajadacz, A. (2017). Attitudes of Future Tourism Sector Employees Towards Organise Accessible Tourism. [10.17265/2328-2185/2017.01.005](https://doi.org/10.17265/2328-2185/2017.01.005)

Zhang, Y., Gao, J., Cole, S. T., & Ricci, P. (2019). Beyond accessibility: empowering mobility-impaired customers with motivation differentiation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3503-3525.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2018-0663>

8. APÊNDICES

Apêndice 1:

Questões	Objetivo específico	Autores
<p>1. Perguntas introdutórias:</p> <p>1.1. Nome;</p> <p>1.2. Idade;</p> <p>1.3. Nível escolaridade</p> <p>1.4. Profissão;</p> <p>1.5. Pode falar-nos um pouco sobre a sua deficiência visual?</p>		
<p>2. Como descreve o seu perfil enquanto turista?</p> <p>2.1. Viaja muito? Quantas vezes ao ano?</p> <p>2.2. Gosta mais de viajar dentro do país ou para o estrangeiro?</p> <p>2.3. Para quantos países já viajou?</p> <p>2.4. Conseguir-me dizer quanto dinheiro gasta em média por viagem?</p> <p>2.5. Prefere viajar sozinho ou acompanhado por família ou amigos? Já viajou sozinho?</p> <p>2.6. Quais são as suas motivações para viajar?</p>	1	<p>Cockburn-Wootten e McIntosh (2020); Delmanto e Strehlau (2022); Kim e Seo (2020); Figueiredo, Eusébio e Kastenholtz (2012); Escuderos et al (2021); Small et al. (2012); Harris (2010); Darcy & Buhalis (2010); Lim, (2020); Lyu (2017).</p>

Questões	Objetivo específico	Autores
<p>2.7. Quais as características que um destino turístico necessita de ter para viajar para esse país?</p> <p>2.8. Planeia uma viagem até ao mais pequeno pormenor ou é mais espontâneo?</p> <p>2.10. Costuma gastar mais dinheiro para ter mais acessibilidade e para satisfazer as suas necessidades de turista?</p>		
<p>3. Escolher um destino turístico envolve várias etapas. Qual é para si a etapa mais importante deste processo?</p>	1	Kang et al. (2020); Zillinger (2020); Eusébio et al. (2023)
<p>4. Quais são os maiores problemas ou desafios que encontra quando viaja?</p>	2	
<p>5. Das seguintes barreiras quais são para si aquelas que lhe provocam mais constrangimentos ao nível do turismo?</p> <p>5.1. Estruturais;</p> <p>5.2. Interpessoais;</p> <p>5.3. Intrapessoais;</p> <p>5.4. Informação.</p>	2	Devile & Kastenholtz (2018); Crawford e Godbey (1987); Kastenholtz et al (2015); Nyam et al (2018); Tao et al (2019); Darcy (2010); Lyu (2017); Burns et al (2009); Yau et al (2004);

Questões	Objetivo específico	Autores
		Small et all (2012); Kong e Loi (2017); Michopoulou et al (2015); McKercher, et al. (2003); Eichhorn e Buhalis (2011).
<p>6. Em conformidade com a pergunta anterior, os funcionários ou provedores de serviços são um dos maiores problemas para os turistas com deficiência visual, o que influencia a sua vontade de viajar. Também tem este problema ou nunca experienciou constrangimentos com os provedores de serviços?</p> <p>6.1. Sente que as atitudes negativas por parte dos provedores de serviços ou funcionários têm vindo a melhorar ou não sente qualquer tipo de mudança?</p>	2	Fiske (2000); Kong e Loi (2017); Jones (2019); Disabled World Website (2016); Darcy e Pegg (2011); Grady e Ohlin (2009); Darcy (2010); Stumbo e Pegg (2010); Darcy e Pegg (2011); Zajadacz (2017).
7. Sente que recebe sempre serviços e experiências turísticas de qualidade quando viaja ou sente que o setor do turismo	3	Nyanjom et al. (2018); Buhalis e Darcy (2011);

Questões	Objetivo específico	Autores
negligência em parte o turista com deficiência visual?		Cockburn-Wootten e McIntosh (2020); Gillovic e McIntosh (2020); Acces Tourism NZ (2015); Lim (2020); Lyu (2017); Darcy et al. (2010); Xie (2017).
8. Sente que escolhe sempre destinos turísticos com características acessíveis ou isto é algo que lhe é indiferente? 10.1.E já repetiu algum destino por este ser acessível? Quais foram as características deste que o fizeram voltar?	3	Lehto et al. (2018); Westcott (2004).
9. Sente que o setor do turismo ainda pode evoluir muito no que toca ao turista com deficiência visual?	3	
10. Sente que o turismo teve um grande desenvolvimento ao longo dos últimos anos em termos de acessibilidade e inclusão ou não sentiu qualquer tipo de diferença?	3	
11. Como é que as experiências negativas que já viveu como turista o fizeram sentir?	1	De Pascale et al. (2021)

Questões	Objetivo específico	Autores
12. Quais são algumas das estratégias que utiliza para combater os problemas ou vulnerabilidades que encontra no setor do turismo?	4	Reinhardt (2001); Matsunaka et al. (2002); Balabanis et al. (2012); Samll et al. (2007);Falchetti et al. (2016) Devile e Kastenzholz (2020) Gupta et al. (2020)

Tabela 2 - Guião Entrevistas Semiestruturadas.

Nota: Elaboração Própria

Apêndice 2:

Entrevistada – Irina Francisco

9 de novembro de 2023 via zoom

Joana – Acho que já podemos começar a entrevista. Tem alguma pergunta para mim antes de começarmos?

IF – Não, não.

Joana – Primeiro queria fazer algumas perguntas introdutórias. Queria que se apresenta-se, uma apresentação estilo escola. Nome, idade, profissão, nível de escolaridade e se nos poderia falar um bocadinho sobre o tipo de deficiência visual que tem.

IF – Então o meu nome é Irina Francisco, tenho 36 anos, sou professora do ensino básico e secundário, o meu nível de escolaridade máximo completo é mestrado. A minha deficiência visual é uma baixa visão severa, tenho 5% de visão decorrente de uma doença genética congénita, portanto de nascença, da família das retinopatias e é uma doença degenerativa, portanto eu nasci com ela, já com muito pouca visão e é suposto perder a pouca visão que tenho algures no tempo até à cegueira. É mais ou menos o que está previsto. Isso ainda não aconteceu, eu preservo ainda estes 5% de visão mas é isso que a literatura diz. Pronto acho que respondi a todas as questões.

Joana – Agora vamos entrar um bocadinho naquilo que é o seu perfil de turista. Vamos começar. Eu queria saber se viaja muito e em média quantas vezes ao ano, independentemente de ser viagens nacionais ou internacionais.

IF – Nem sempre é igual, nem todos os anos são iguais mas eu tento, pelo menos, uma a duas viagens por ano para o estrangeiro. Se for em Portugal também 3 ou 4 talvez.

Joana – Ok. E gosta mais de viajar dentro do país ou para fora?

IF – Eu acho que diria para fora porque é o que eu tenho mais dificuldade em explorar e o que conheço menos. Mas na verdade sair da minha cidade já é bom, já conta como viagem.

Joana – Dos países que já visitou qual foi o seu preferido?

IF – Ai essa é uma pergunta muito difícil. Talvez... É assim eu não conheço tantos países quanto gostaria e às vezes gostar de um país não tem só haver com o facto de ser exótico ou muito diferente. Tem haver muitas vezes com a viagem ter corrido bem ou ter memórias felizes dessa viagem, ter tido muitos momentos diferentes, não necessariamente pelo país em si, mas por toda a envolvimento da viagem. Eu vou responder Espanha.

Joana – Consegue-me dizer quanto dinheiro gasta mais ou menos em média por viagem ou não tem assim um valor fixo?

IF – Essa é uma pergunta também difícil porque depende da distância para a qual vou não é? Posso dizer que este ano eu já fui ao Brasil e gastei muito dinheiro, não é a mesma coisa que viajar para Espanha ou ir à Madeira. Mas eu diria, à exceção dessa viagem, em média 1500€ a 2000€.

Joana – E prefere viajar sozinha ou com familiares e amigos?

IF – Eu nunca viajei sozinha. É algo que eu gostaria muito de fazer, mas pela minha falta de visão nunca fiz, não quer dizer que seja impossível porque há quem o faça, mas eu tenho medo. Gostaria muito que isso acontecesse. Portanto por norma viajo ou com familiares ou com amigos ou integrada em excursões organizadas por associações de pessoas com deficiência, que é uma forma segura de viajar.

Joana – E a nível do planeamento das viagens? Não sei se é a Irina que planeia a viagem ou se são os familiares ou amigos mas, as suas viagens são planeadas até ao mais pequeno pormenor? Também devido a todas as dificuldades que as viagens trazem.

IF – Por norma, as viagens que fiz até hoje e posso fazer aqui um pequeno parenteses só para contextualizar, foram ou com familiares e nesse caso recorremos a uma agência de viagens ou integrada nas tais excursões de que eu falava e, nesse caso, foi tudo providenciado por associações em parceria com agências de viagens. Já tive uma ou outra situação em que fui viajar com amigos e aí éramos nós que organizávamos as coisas e pesquisávamos os locais que iríamos visitar e fazíamos a compra das viagens online. Mas como viajo sempre acompanhada esse trabalho é sempre feito com outras pessoas. Quando viajo com amigos

planeio sim, quando viajo em excursões ou com familiares geralmente esse trabalho está entregue a agências.

Joana – Agora voltando aqui um bocadinho atrás sobre os gastos, eu queria saber se a Irina gasta mais dinheiro para conseguir ter a acessibilidade que necessita e também para que as suas necessidades de turista sejam satisfeitas? Ou isso é uma coisa que não lhe interessa?

IF – A minha experiência de viajante tem muito de diversificado. Portanto houve viagens que eu por ir com amigos ou com família não tive gastos adicionais porque era uma pessoa como qualquer outra a viajar com amigos ou família. Houve uma situação que foi a tal viagem ao Brasil que foi este ano em que eu tive gastos adicionais sim porque viajei com dois amigos igualmente cegos portanto fomos os três sozinhos para o Brasil e, por uma questão de segurança nossa nós contratamos os serviços de uma agência brasileira que se dizia preparada para organizar viagens para pessoas com algum tipo de deficiência. Logo aí tivemos um gasto adicional que foi os serviços dessa agência de viagens. Para além disso, nessa mesma viagem ao Brasil, nós fomos confrontados com a necessidade de contratar uma pessoa, que no resort onde nós ficamos instalados nos prestasse todo o apoio necessário nos buffets, nas refeições e nas deslocações de dentro do resort porque nós ficamos dentro de um resort muito grande, com muitas atrações, com várias piscinas e o hotel quase que nos impôs a contratação de uma pessoa para nos ajudar dentro desse espaço porque eles não garantiam esse apoio. E nós fomos surpreendidos com a necessidade de pagar à hora e ao dia os serviços de uma senhora, no caso, que fez esse trabalho que acabei de descrever portanto ajudar-nos os pequenos almoços, nos almoços, nos jantares, nas deslocações dentro do hotel, em tudo que nós necessitássemos dentro do espaço do resort. E foi um valor bastante avultado. Mas, foi a única experiência que tive nesse sentido.

Joana – Então agora passando aqui a falar um bocadinho sobre as barreiras que pode sentir no turismo. Alguma vez sentiu problemas por causa de barreiras estruturais? Por exemplo, não conseguir visitar monumentos ou mesmo em hotéis.

IF – Do ponto de vista da arquitetura? É essa a pergunta?

Joana – Sim, sim.

IF – Do ponto de vista da arquitetura não tanto. Outro tipo de barreiras, não propriamente arquitetura.

Joana – E a nível de barreiras interpessoais? Basicamente entre a interação do turista com os funcionários ou terceiros.

IF – Portanto eu diria que uma das principais barreiras de uma pessoa com deficiência visual no que diz respeito ao turismo é o facto de querer ir para o desconhecido. Seja dentro ou fora do seu país a partir do momento em que nós saímos da nossa casa, da nossa zona de conforto, estamos a deslocar-nos para um lugar desconhecido e isso implica não conhecer pontos de referencia que nos permitam orientar no espaço e isso implica também, para além das dificuldades na deslocação, também dificuldades dentro do espaço onde vamos ficar alojados. Aí as barreiras interpessoais são de facto uma barreira porque os funcionários dos hotéis, museus, enfim, de todos os lugares que nós possamos querer visitar ou estar

hospedados não estão preparados para lidar com pessoas que precisam de mais alguma atenção e, às vezes também não têm condições ou disponibilidade para isso. A partir do momento em que eu chego a um hotel eu preciso, pelo menos, de um reconhecimento do espaço porque estou num lugar que eu não conheço. Preciso que alguém me faça o reconhecimento do espaço, preciso de ajuda nos buffets. Na maior parte dos hotéis existe um mundo de comida à disposição onde as pessoas se servem sozinhas, uma pessoa cega ou com baixa visão fica completamente desorientada, não consegue servir-se sozinha e muitas vezes os funcionários não têm formação nem conhecimento para atenderem essa necessidade específica. E muitas vezes também não têm condições para isso porque não têm ordens superiores para servir pessoas em particular não é? As indicações são as de estar a dar apoio, de recolher e distribuir louça, não de propriamente estarem a servir pessoas. Para além disso, e centrando-me aqui no espaço do hotel, se eu quiser usufruir de uma piscina normalmente é um espaço onde circulam pessoas, onde há obstáculos e objetos que estão constantemente a mudar de sítio. Portanto, é difícil para uma pessoa que não vê identificar uma espreguiçadeira vazia onde se possa deitar, é difícil orientar-se numa piscina com muitas pessoas, em que há pessoas a movimentarem-se constantemente, é difícil saber onde entrar na piscina, é difícil saber como sair da piscina, voltar a encontrar o seu lugar na sua espreguiçadeira. Isto pensando num determinado tipo de turismo. Se eu quiser ir à praia o problema agrava-se. Na praia não há pontos de referência, há muita gente, há mar, há perigo de afogamento de se perder, de desorientação. Portanto há aqui uma série de questões que nos espaços turísticos estão relacionados com a falta de preparação dos funcionários mas depois também está relacionado com a própria natureza da falta de visão e com o facto de estar num sítio que não conheço, que não domino e onde não tenho pontos de referência onde estou entregue um pouco à minha sorte e também às vezes a uma certa capacidade de me desenrascar sozinha. Pessoalmente eu não sou uma pessoa muito desenrascada e se não tiver tudo controlado antecipadamente fico muito nervosa e acabo por não me aventurar. Eu acho que é preciso ter um grande espírito aventureiro no caso das pessoas cegas ou com baixa visão para irem viajar sozinhas ou mesmo com outras pessoas com deficiência visual. E nem todos temos esse espírito destemido e exige uma grande preparação e exige muitas vezes tentar controlar ao máximo aquilo que vamos encontrar nesse espaço desconhecido.

IF – Eu estou a falar de forma muito abrangente, mas penso que as dificuldades são todas mais ou menos as mesmas, se eu quiser fazer turismo de praia as dificuldades são aquelas que eu já referi. A praia é um lugar de perigo e de desorientação. Se eu quiser fazer turismo de ir para uma cidade caminhar pelas ruas e ver monumentos é igualmente difícil porque eu não tenho pontos de referência. Se uma pessoa que vê bem muitas vezes já pode andar perdida uma pessoa que não vê mais perdida fica. Tudo que signifique ir comer, ir visitar monumentos, ir entrar em lojas, tudo isso são fatores de desorientação porque estamos fora da zona que nós conhecemos. Para uma pessoa que não vê é importante conhecer os lugares por onde circula para poder ser autónoma. Se nós saímos da nossa zona de conforto estamos completamente desorientados. Podemos recorrer a GPS, já existem aplicações que nos ajudam, podemos ter bengala, cão-guia, mas estaremos sempre numa zona desconhecida onde tudo é um desafio desde visitar um monumento, ao alojamento, ao entrar numa loja para comprar recordações tudo é difícil.

Joana – Então sente que o setor do turismo por exemplo negligencia as pessoas cegas ou com baixa visão ao não lhes dar o apoio que estas precisam enquanto viajam? Ou acha que não é negligenciar mas sim não estar mesmo preparado para tal?

IF – É assim, negligenciar tem uma conotação um pouco negativa. Eu penso que muitas vezes o setor não faz de propósito, como noutros não é só no turismo. Eu penso que o que acontece é que há falta de procura e portanto há falta de oferta. O que eu quero dizer com isto é que se as pessoas também não se aventuram a procurar também é natural que o setor não encontre respostas e não tenha isso mais oleado digamos assim. Portanto se um hotel nunca recebeu pessoas cegas ou com baixa visão também nunca teve de se preocupar em encontrar respostas para elas. E, portanto é uma “pescadinha de rabo na boca”, se não há procura por parte dos utilizadores também não há resposta por parte do setor e penso que é um trabalho que tem de ser feito dos dois lados. Por um lado o setor tem de pensar que há muitos tipos de público com várias necessidades e pensar de antemão que se oferecer determinados serviços pode captar outros públicos e, inversamente do lado das pessoas pensarem que se elas não se aventurarem também não vai haver resposta para elas. Eu também sei, por experiência, que noutros setores por exemplo o da cultura que, uma coisa leva à outra. Agora vou centrar-me no exemplo do hotel mas dá para outros. Se um hotel divulgar que tem determinado tipo de apoio para pessoas com deficiência visual mais depressa vai ser procurado por elas. Se inversamente várias pessoas com deficiência visual começarem a ir sempre ao mesmo sítio esse lugar vai cada vez mais encontrando respostas para elas e isso vai ser um chamariz para que outras também vão. Portanto eu diria que é um trabalho que tem de ser feito dos dois lados na certeza que se começar pelo setor do turismo, se houver mais oferta as pessoas também se vão sentir mais seguras para procurarem.

Joana – E já repetiu algum destino por este ser acessível? Ou se ainda não repetiu nenhum gostaria de repetir por ser acessível e por ter correspondido às suas necessidades?

IF – Eu não repeti nunca nenhum destino mas faria isso certamente. É tão escasso que se houvesse algum destino, lugar onde tivesse ido que me tivesse surpreendido pela positiva eu repetiria com certeza. Isso também é uma forma de fidelizar o cliente.

Joana – Sim, sim. A acessibilidade leva à fidelização dos clientes.

IF – Exatamente. Sobretudo numa época em que isso é escasso, onde não há muita oferta.

Joana – Disse-me que viajava três a quatro vezes por ano a nível nacional, se bem me lembro. Sente que ao longo dos anos que viaja a nível nacional que o setor do turismo nacional tem crescido a nível da acessibilidade e da inclusão?

IF – Eu acho que sim.

Joana – Consegue-me dizer de que maneiras?

IF – Não tenho exemplos muito concretos de que me esteja a lembrar. Eu acho que as questões da inclusão e da acessibilidade estão cada vez mais nas bocas do mundo, fala-se cada vez mais disso em vários setores da vida, não apenas no turismo. E, portanto parece-me daquilo que observo que vai havendo maior atenção a essas questões. Também me parece que há uma preocupação mais evidente com as pessoas em cadeira de rodas até porque elas exigem outro tipo de adaptação arquitetónica que as pessoas cegas não exigem. Eu diria que de uma forma muito minimalista para uma pessoa cega ou com baixa visão as adaptações no

espaço turístico não são assim tão significativas, são mais ao nível da preparação dos colaboradores e de alguma atenção a determinados aspetos que podem fazer a diferença e não propriamente do espaço físico. Eu acho que vai havendo mais sensibilidade para as questões de deficiência e da inclusão, mais até motivadas pela deficiência motora do que propriamente pela deficiência visual. E que vai havendo mais abertura por parte do setor turístico para o facto de estas pessoas também serem hipotéticos clientes. Uma pessoa com deficiência não tem necessariamente de ser alguém sem poder económico, que não viaja e que não pode ter momentos de lazer. Existem as pessoas que de facto não têm poder económico porque também têm mais dificuldade em arranjar emprego e em ter independência financeira, mas há pessoas com deficiência, e falo da realidade que eu conheço melhor que é a da deficiência visual, que têm vidas completamente normalizadas com emprego e com recursos financeiros mais do que suficientes para viajarem como qualquer outra pessoa. E é preciso começar a pensar nessas pessoas também como clientes que podem trazer lucro para o setor mas que precisam de ver as suas necessidades salvaguardadas tal como por exemplo os séniores. Há cada vez mais preocupação em providenciar ofertas para os setor sénior porque temos uma população cada vez mais envelhecida e percebeu-se que se houver mais oferta para estas pessoas elas também podem ser possíveis clientes. No caso das pessoas com deficiência é a mesma coisa e, portanto acho que vai haver mais abertura, vai havendo alguma preocupação. Na prática, no caso das pessoas com deficiência visual, não há assim grandes evidências disso. Às vezes há elevadores com braille, há alguma preparação de alguns funcionários mas falta ainda muita preparação.

Joana – E posso-lhe perguntar como é que as experiências negativas que já viveu no turismo a fizeram sentir? Como é que se sentiu no momento que teve uma experiência negativa?

IF –Eu posso dizer que não tenho tido muitas experiências negativas precisamente pelo facto de ter muito receio de me ver numa situação constrangedora ou de insegurança, eu não me predisponho muito a que isso aconteça. Ou seja, a minha necessidade de querer ter tudo controlado faz com que eu também não seja muito aventureira, a começar pelo facto de nunca ter viajo sozinha e, portanto, as experiências negativas acabam por ser muito poucas porque eu tento controlar tudo ao máximo e quando vou, vou já com, na medida do possível, tudo salvaguardado. Eu diria que esta experiência do Brasil que relatei à pouco que implicou custos adicionais muito acima daquilo que estávamos à espera, foi uma experiência negativa no sentido em que, nós sentimos e falo no plural porque éramos três pessoas com deficiência visual, muito dependentes da ajuda de outra pessoa e a termos de pagar um valor desproporcional por essa ajuda, uma ajuda que consideramos que podia ter sido facultada pelo hotel uma vez que, nós pagamos a nossa estadia como qualquer outro cliente. O hotel tem centenas de funcionários poderia ter alocado um ou dois funcionários para nos prestar essa ajuda nos momentos em que nós precisávamos. Nós sentimos que foi um pouco asfixiante ter uma babysitter quase a tempo inteiro connosco a quem nós tivemos de pagar um valor muito elevado para tomar conta de nós sendo que, nós não somos pessoas que precisem que tomem conta de nós. Nós só precisávamos de uma orientação e de ajuda nas refeições. Portanto considero que isso foi uma experiência algo negativo no sentido em que, foi um valor muito elevado e um apoio excessivo para aquilo que nós precisávamos. Mas nós estávamos noutro país, noutro continente, do outro lado do oceano, sem família perto, sem ninguém que nos pudesse socorrer e, portanto, de alguma forma, também nós sentimos mais seguros com esta alternativa que era a única que nos foi apresentada. Era isso ou nada.

Outras experiências negativas, posso relatar uma que tive há uns anos de que me lembrei agora. Eu fui a Serra Nevada, fui num grupo, fui integrada num grupo e quis experimentar fazer ski e eu nunca tinha feito ski na minha vida. Houve momentos em que eu me senti muito confrontada com a minha falta de visão e com a minha incapacidade. Houve aulas preparatórias com os instrutores, estavam preparados para dar umas luzes a principiantes e no meu grupo iam jovens, portanto era um grupo em que iam estudantes. Quer dizer eles deram instruções de forma muito básica, mas eu não conseguia acompanhar as instruções que estavam a ser dadas e precisei que fosse outra pessoa do grupo que também não tinha propriamente formação, era outra pessoa do grupo que estava comigo a ter que me ajudar e a dar-me algumas orientações e a estar comigo quase a tempo inteiro porque podia magoarme. Estava num ambiente pouco seguro, a fazer uma atividade que para mim era nova e foi uma experiência muito enriquecedora porque foi a primeira vez que estive nesse lugar, em que andei de ski, em que andei num teleférico como é habitual nas estâncias de ski, vivi uma série de coisas pela primeira vez mas senti-me muito incapaz, nomeadamente, na prática do ski porque senti que não havia uma preparação específica para mim, para me dar um acompanhamento como eu precisaria. E noutras circunstâncias senti que as pessoas não estavam familiarizadas com a minha falta de visão.

Joana – Há bocadinho falou-me sobre como gosta de controlar tudo ao pormenor. Podemos dizer que essa é uma estratégia que a Irina utiliza para combater todas as vulnerabilidades ligadas ao setor do turismo. Tem assim mais alguma estratégia que utilize para combater os problemas que encontra no setor do turismo?

IF – Não sei se esta resposta vai ao encontro do que se espera mas, as estratégias que eu acabo por utilizar são ou tentar integrar-me em excursões previamente organizadas de associações de pessoas com deficiência visual e nesse aspeto sinto-me completamente segura porque sei que estarão lá outras pessoas como eu e que foi providenciado de antemão apoio adicional. Tive uma experiência recente que quanto a mim correu muito bem, achei fantástico. Éramos um grupo de mais de 20 e tal pessoas cegas ou com baixa visão que iam acompanhadas por um grupo de quatro voluntárias a quem foi paga a estadia e a alimentação, e que passaram uma semana a prestar apoio a todas estas pessoas portanto, nas refeições, nas idas à praia, piscina. Foi uma experiência, para mim, muito marcante porque possibilitou-me viver coisas que de outra forma seria difícil e sem um custo adicional significativo. É enriquecedor estar com pessoas nas mesmas circunstâncias que eu e também trocamos experiências e ideias e planos de futuras viagens. Outra estratégia é tentar ver junto de agências de viagens qual é a viabilidade de haver algum apoio no caso de eu querer integrar uma determinada viagem. Pronto, são assim as estratégias que eu me recordo

Joana – Pronto por mim está tudo. Obrigada pela ajuda.

Apêndice 3:

Entrevistado – Mário Rui

10 de novembro de 2023 via zoom

Joana – Tem alguma pergunta antes de começarmos?

MR – Não, podemos começar. Espero ajudar em alguma coisa.

Joana – Primeiro queria que fizesse uma apresentação sua. Nome, idade, nível escolaridade, profissão. E se nos podia falar um bocadinho sobre o seu tipo de deficiência visual.

MR – Sou o Mário Rui, moro perto da Covilhã, sou portador de retinopatia pigmentar com síndrome de Usher de nascença. Consegui tirar o 12º ano no curso profissional de Contabilidade e Gestão, as médias para entrar na universidade já não deram mas não era o curso que eu gostava de tirar. O curso que eu gostava de tirar era arquitetura ou artes.

Joana – Agora vamos passar às perguntas relacionadas com o seu perfil enquanto turista. Primeiramente queria saber quantas vezes por ano viaja e se viaja mais a nível nacional ou internacional.

MR – Até este ano não viaja muito. Houve uma altura da minha vida, até aos 30, sim viajei muito. Espanha, França, Alemanha, México.

Joana – E prefere viajar sozinho ou acompanhado por familiares ou amigos?

MR – Prefiro acompanhado.

Joana – E alguma vez viajou sozinho?

MR – Não.

Joana – O que é que o motiva a viajar? Porque é que gosta de viajar?

MR – Porque é que gosto de viajar? Porque é assim, eu estou numa aldeia, a 21 km da Covilhã e aqui não há nada. E é assim, eu estou com 10% de visão e por motivos familiares só agora é que estou novamente a entrar nas viagens porque a minha namorada também gosta de viajar.

Joana – E que características é que um destino turístico necessita de ter para querer viajar para ele?

MR – O destino turístico? Basicamente praia. Em Portugal Nazaré. Ainda este ano fomos para Salou que é uma praia espanhola.

Joana – E a nível de planeamento, planeia muito as viagens ou é mais espontâneo?

MR – Sim. A passagem de ano vai ser na Nazaré e ainda ontem já planeámos a viagem para Benidorm.

Joana – Ok, então é com muita antecedência.

MR – Eu gosto de viajar e enquanto tiver alguma visão que dê para poder ver coisas novas há que aproveitar.

Joana – E prefere viajar para destinos que já conhece ou gosta sempre sempre de conhecer países ou cidade novas?

MR – Conhecer países novos sim.

Joana – Paga mais dinheiro para ter mais acessibilidade e para ter serviços ou alguém que o ajude nas suas necessidades de turista?

MR – Não, não pago mais. E se for em Portugal até tenho mais vantagens.

Joana – Quais são os maiores problemas ou desafios que encontra quando viaja?

MR – Como viajamos de autocarro não há luminosidade interior mais forte, mais adequada. A escadaria deveria ser eliminada e não é. Deveria também existir mais informação auditiva.

Joana – Uma das maiores barreiras que os turistas com deficiência visual encontram é o facto dos funcionários não estarem preparados para lidar com eles e para satisfazer as suas necessidades. Isto também acontece consigo?

MR – Sim. Eu acho que não só os empregados. Acho que é ao nível da própria sociedade. Ainda não estão bem preparados. Ou seja existem disciplinas que estudamos que não servem para nada e outras que podíamos dedicar mais ao ensino, por exemplo dessas barreiras.

Joana – E quando viaja sente-se um bocadinho posto de parte pelo setor do turismo? Sente que o setor do turismo ainda não está preparado para o turista com deficiência visual?

MR – Não, não está.

Joana – E que experiências é que já teve que o fizeram sentir-se posto de parte pelo turismo?

MR – Por exemplo, estivemos em Salou e no hotel não havia qualquer tipo de... Também não ia identificado, não ia com bengala porque tinha a ajuda da minha namorada. Mas por exemplo, quando diziam coloquem além as mochilas ou as malas e pouco mais. Se ela não estivesse e eu estivesse sozinho seria além aonde? Uma simples situação dessas. Ou até o próprio sistema de acompanhamento das pessoas com deficiência aos quartos. Ainda há muito a fazer, muito mesmo daquilo que eu tenho visto.

Joana – A nível da arquitetura também sente alguma dificuldade? Achei interessante dizer que gostava de destinos com praia pois as praias são geralmente locais de maior perigo em que uma pessoa com deficiência visual não tem pontos de referência.

MR – Sim. Por exemplo, eu vou falar da Nazaré. Na Nazaré não há qualquer indicação de placas, sinalização onde estão as descidas para a praia. Houve uma situação a descer para a praia em que havia um muro, um degrau de mais de 50 cm de altura em que literalmente não o vi e fui ao chão. E ir para a praia sozinho acho que não me aventurava. Eu sei que já há uma praia com sistemas adaptados para pessoas com deficiência, mas nunca visitei e não tenho qualquer noção do que seja.

Joana – Há pouco disse-me que preferia não repetir destinos turísticos mas já alguma vez repetiu algum destino turístico pelo facto de ser mais acessível?

MR – Acessível a nível monetário?

Joana – Não. Mesmo a nível dos funcionários, dos hotéis, da acessibilidade em geral.

MR – Não. Nunca me preocupei com isso.

Joana – Há pouco estávamos a falar que o setor do turismo não era para as pessoas com deficiência e então sente que este ainda tem muito a aprender no que toca ao turista com deficiência visual e tem muito a evoluir, certo?

MR – Certo. E por exemplo, não sei se isto vai ajudar mas na CP o bilhete é de borla e se não é de borla só se paga 25% do bilhete. A nível de transportadoras aéreas falava-se que a TAP nos ia dar descontos mas nunca aconteceu. Liguei para lá, tentei perceber se fazem ou se não fazem e a resposta não é nenhuma.

Joana – Isso também pode ser considerado outra barreira a nível da informação. Procura a informação e nunca tem, nuns sítios diz que é noutros sítios diz que não é. Também podemos considerar isso uma barreira para si como turista certo?

MR – Certo. Em Lisboa eu sei que se solicitar acompanhamento interno consigo. A questão é que tenho acompanhamento em Lisboa, mas depois no destino onde saio? Não há. Ou se houver é muita sorte.

Joana – Sente que ao longo dos anos que viaja o turismo tornou-se mais acessível e inclusivo ou não sentiu qualquer tipo de diferença?

MR – Há mais diversificação de oferta sim. Por exemplo em hotéis ou assim já começam a existir rampas, já começa a existir esses auxiliares evitando escadas. Mas em 100% isso é 10% ou nem isso.

Joana – Sim, são coisas mínimas quando poderiam fazer muito mais, mas ainda tem muito para evoluir. E como é que as experiências negativas do turismo, por exemplo as barreiras que enfrenta quando viaja o fizeram sentir?

MR – Quanto menos barreiras houver, mais tranquilo ou menos preocupado fico.

Joana – E agora só queria saber mais uma coisa. Depois de isso tudo que estratégias é que utiliza no turismo enquanto está nos destinos para combater todas aquelas barreiras que acabamos de mencionar?

MR – As estratégias é basicamente decorar pontos de passagem ou saber mais ou menos calcular a distância. Uma das coisas que me acontece muitas vezes quando entro num quarto devido à falta de luz é os obstáculos e decoro que automaticamente ali está uma secretária, ali está uma cama, ali está a casa de banho. Basicamente é decorar.

Joana – Recorre à sua memória. É a sua estratégia principal certo?

MR – É, sim.

Joana – Pronto, por mim terminamos. Obrigada mais uma vez pela ajuda.

Apêndice 4:

Entrevistado – José Amaral

10 de novembro de 2023 via chamada telefónica

Joana – Para começarmos gostaria que fizesse uma pequena introdução sua dizendo o seu nome, idade, nível de escolaridade, profissão. Gostaria também que nos falasse um bocadinho da sua deficiência visual.

JA – Boa tarde. Sou José Amaral e tenho atualmente 64 anos. Sou natural do Porto e sou portador de uma doença rara que se chama síndrome de Usher. A minha formação foi só feita até ao 9º ano depois trabalhei sempre até que acabei por me reformar como funcionário público

Joana – Agora passando às perguntas sobre o seu perfil enquanto turista. Eu queria saber se preferia viajar dentro do país ou para o estrangeiro.

JA – Eu fiz as duas coisas, felizmente. Dei a volta praticamente à Europa toda, conheço o Brasil, conheço o Canadá.

Joana – Preferia viajar sozinho ou acompanhado por familiares ou amigos.

JA – Sempre acompanhado.

Joana – Então nunca viajou sozinho?

JA – Sozinho totalmente não.

Joana – Mas por algum motivo em especial?

JA – Não, porque quando fiz a minha volta à Europa foi inserido num grupo de excursão com pessoas amigas e depois quando fui ao Brasil e quando fui ao Canadá fui a congressos relacionados à problemática da cegueira e fui com uma intérprete de língua gestual. Portanto fui sempre acompanhado ou com uma intérprete ou com a minha irmã que também ia aos congressos, enfim. Andei sempre acompanhado.

Joana – Gostava de saber também se costuma gastar mais dinheiro para ter mais acessibilidade nas suas viagens ou nunca gastou mais dinheiro para que as suas necessidades enquanto turista com deficiência visual fossem atendidas?

JA – No que há minha pessoa diz respeito eu nunca paguei mais em função das minhas circunstâncias. O que aconteceu sempre foi que me punham em quartos no rés do chão para não ter de andar de elevador e escadas. Eu nunca fui prejudicado em termos das minhas circunstâncias, nada.

Joana – E em termos do planeamento das viagens. Planeava todas as suas viagens ao pormenor ou era mais espontâneo?

JA – Os congressos era tudo planeado pela associação a que eu pertenci. Eles organizavam tudo e depois arranjavam os patrocínios, etc. porque são viagens caras não é? Congressos e tudo isso, pronto. Quando foi a minha viagem na Europa eram quase sempre grupos organizados por um professor do ensino secundário e eu ia com amigos meus que eram professores no Porto

Joana – Quais são os maiores desafios e problemas que encontra quando viaja? Eu sei que me disse que tinha sempre boas experiências, maioritariamente boas experiências mas já encontrou algum problema ou desafio nas suas viagens?

JA – Não. O que eu notei é que em relação às minhas circunstâncias notei que as pessoas eram mais abertas e mais sensíveis. Não é que fossem andar connosco ao colo, como eu costumo dizer, mas tinham uma certa preocupação de, vá lá, nos dar alguma qualidade de vida enquanto estávamos com eles. Sempre me senti bem. Aliás fiz amizades até, alguns ainda mantenho contacto com eles por email ou por WhatsApp e tudo isso.

Joana – Agora um bocadinho em relação às barreiras que existem no turismo. Eu queria perguntar-lhe se sentiu algum tipo de constrangimento ao nível da arquitetura. Eu sei que me disse há bocadinho que nos hotéis eles tentavam que não sentisse essa barreira porque ficava no rés-do-chão, mas por exemplo a nível de monumentos ou nas ruas sentiu algum constrangimento?

JA – Quanto aos monumentos nós temos que ter em conta que são edifícios que foram construídos numa altura em que nem sequer se sonhava com acessibilidades, não é? Mas, havendo essa necessidade eu penso que há coisas que se podem fazer para diminuir a dificuldade das pessoas. Por exemplo a colocação de rampas de madeira ou de metal para as pessoas com mobilidade reduzida isto não por mim, porque eu não preciso disto mas, por exemplo, e já tenho visto situações de pessoas com deficiência sobretudo com deficiência motora que quando vão visitar um monumento qualquer não têm uma casa de banho adaptada para pessoas com necessidades especiais. É um constrangimento enorme por exemplo para pessoas com cadeira de rodas porque não passam na porta. Ai é que eu noto porque eu pertenço a um grupo que discute tudo sobre acessibilidade e tudo isso e falam lá muitas vezes das suas dificuldades. O que eu posso dizer, falou-me também no exterior. Por exemplo aqui as ruas no sítio onde eu moro eu passo a vida, como eu costumo dizer, a dar nas orelhas do Presidente de Câmara, ou porque fazem obras e depois não tapam os buracos como deve ser ou as pedras da calçada saltam e eles não reparam e para uma pessoa que não vê isto fica complicado. A gente já falou tanto e de tanta coisa mas às vezes dá ideia de que estas pessoas não estão lá para resolver problemas a não ser os deles.

Joana – Outra barreira muitas vezes mencionada é a interação com os funcionários dos destinos turísticos. Por exemplo, eles não estarem preparados para lidar com pessoas com algum tipo de deficiência nem conseguem satisfazer as necessidades destes enquanto turistas. Sentiu alguma vez atitudes negativas por parte dos funcionários?

JA – Olhe, como lhe disse há bocado tenho encontrado pessoas muito acessíveis mas isso também tem muito haver com a minha forma de ser e de estar na vida porque eu sou uma pessoa muito positiva percebe? E eu costumo dizer que quando tenho uma barreira à minha frente é um desafio há minha pessoa para tentar resolver o problema. Agora também admito, e porque conheço muita gente com deficiência, acha que o mundo tem de estar ao jeito deles e de certa forma eu concordo que há coisas que tem de ser alteradas, mas também não pode ser tudo porque cada circunstância também é diferente. O pessoal que lida com essas pessoas nas unidades turísticas, não é obrigatório mas se tiver uma pequena formação antecipadamente de como lidar com uma pessoa assim seria melhor. Por exemplo, as pessoas quando veem que eu sou surdo. Eu vou-lhe dizer uma coisa Joana. Eu estou a ouvi-la muito bem porque tenho o meu telemóvel ligado ao meu aparelho auditivo. Mas se eu for na rua e as pessoas virem que eu tenho um aparelho começam a falar comigo aos altos berros e eu digo para falarem um bocadinho mais baixo porque eu sou surdo e se falarem muito alto as cordas vocais começam a distorcer e eu não consigo perceber nada. É um hábito, é uma situação das pessoas quando veem uma pessoa que é surda a primeira coisa que fazem é falar muito alto e isso é incorreto porque as cordas vocais da pessoa que fala começam a distorcer e a pessoa que ouve mal ainda fica a ouvir pior.

Joana – Então nunca sentiu que o setor do turismo o colocou alguma vez de parte por ter uma deficiência? Sentiu-se sempre bem integrado?

JA – Não, nunca. Olhe eu vou-lhe contar um caso que se passou comigo há uns 25 anos ainda estava eu de saúde total porque eu só fui implantado em 2005. Eu sou implantado, tenho um implante coclear em cada ouvido. Sabe o que é?

Joana – Não sei, não sei.

JA – Pronto é um simples aparelho auditivo mas nós temos de fazer uma cirurgia para colocar o implante por cima da cóclea. Antes de ser implantado, em 97 ou 98, eu quis ir de avião aos Açores ir ter com uma moça minha amiga que estava lá a passar férias e eu estava sozinho então fui à internet à procura do número de telefone da SAPA nos Açores e expliquei que era uma pessoa com deficiência que queria fazer uma viagem para São Miguel e que queria saber como é que eu podia comprar uma passagem de avião de forma a que eu depois chegasse ao aeroporto e tivesse ajuda se precisasse. E eles foram extremamente simpáticos e trataram-me de tudo. Há uma coisa que é muito importante, a pessoa que precisa de apoio deve explicar o porque de precisar de apoio, quais são as circunstâncias. Se nós explicarmos tudo isso quem está do outro lado tem outra postura em relação a nós.

Joana – Deu-me agora esse exemplo. Então nunca sentiu nenhum tipo de barreira no que toca à procura de informação ou à comunicação com terceiros no que toca ao turismo?

JA – Não, não. Não porque eu falo, eu escrevo, eu envio mensagens, eu uso o email. Nesse aspeto eu estou perfeitamente à vontade.

Joana – E eu gostava de saber como é que todas as experiências de turismo que já viveu, que já experienciou o fizeram sentir.

JA – Bom, eu posso dizer que a maioria das experiências foram positivas. Não vou dizer que não tive situações chatas como por exemplo, aconteceu-me uma vez entrar para a casa de banho do quarto de hotel e não sei o que aconteceu, passou-se qualquer coisa com a porta e eu não conseguia sair, mas isso aí eu tinha o telemóvel comigo, liguei à receção e expliquei a situação. Foi apenas essa situação que foi diferente. Por isso é que levo sempre o telemóvel comigo.

Joana – E há bocadinho disse-me que era uma pessoa geralmente positiva e eu associo isso também a uma estratégia para se integrar melhor a nível do turismo e para conseguir ter essas experiências positivas todas.

JA – Não, por natureza eu sou assim.

Joana – Ok. Então não tem nenhuma estratégia que utilize no turismo para que as suas experiência corram melhor?

JA – Não. A única estratégia que faço e isso faço com tudo em todo o lado, eu chego a qualquer lado sempre com um sorriso nos lábios. Não vou para um restaurante por exemplo e estar a sentar-me e já estar a reclamar não é? Há pessoas que são negativas sabe? Mas isso não faz parte do meu carácter eu gosto de chegar a um sítio e se sou bem recebido também correspondo. Se não formos nós a fazer a nossa inclusão, também mais ninguém faz não é?

Joana – Muito bem. Por mim terminámos. Obrigada mais uma vez pela ajuda.

Apêndice 5:

Entrevistado – Paulo Neves

11 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Para dar-mos início à nossa entrevista gostaria que se apresentasse disse-se o seu nome, idade, profissão, nível de escolaridade e gostaria também que falasse da sua deficiência visual.

PN – Claro que sim. O meu nome é Paulo Neves, tenho 48 anos nascido a 14 de dezembro de 74, sou natural de Moçambique e vim para Portugal em bebé, com meses, os meus pais são os chamados retornados, os meus pais fixaram-se no concelho de Vila Franca de Xira e aí vivi até aos meus 20 anos. A minha escolaridade, atualmente, é um bacharelato em Fisioterapia. Neste momento estou a trabalhar na Câmara Municipal de Castelo Branco. Comecei este ano a tirar uma licenciatura em Serviço Social. A deficiência em si, bom eu fiquei cego aos 26 anos, fez afora 23 anos, mas fiquei cego através de um acidente de viação porque na altura a minha profissão era comerciante de automóveis e numa das minhas deslocações à Alemanha, já de regresso a Portugal e já em Portugal acabei por adormecer ao volante e despistei-me e até hoje não sabem dizer se teve relacionado com o impacto, porque

o carro ficou amassado e os airbags dispararam todos, então não sabem se foi o impacto dos airbags, se foi o eu ter batido com a cabeça. É possível que sim porque eu tive um traumatismo craniano e segundo se consta foi através desse que acabei por ter um descolamento de retina total onde fiquei cego. Ainda se tentou operar mas sem sucesso. Fiquei apenas com resíduos de visão e quando eu digo resíduos digo que tenho perceção luminosa ou seja, eu estou cego, sou cego, a única coisa que eu tenho é uma perceção luminosa o que me permite ter a noção de uma luz acesa, de um clarão, o clarão do dia por exemplo eu consigo perceber, se está sol, se está o tempo mais cinzento, em casa se o televisor está ligado, se o monitor do pc está ou não ligado embora por vezes já tenha alguma dificuldade. E é isto basicamente.

Joana – Agora passando a algumas perguntas do seu perfil enquanto turista. Viaja mais a nível nacional ou a nível internacional? E quantas vezes é que viaja por ano?

PN – A nível nacional, eu sou daquelas pessoas que viaja cá dentro. Cheguei a ir ao estrangeiro sim, mas mais em trabalho e não propriamente em turismo. A nível mais pessoal, lá está, viajo cá dentro. Sou um indivíduo que gosto de cultura, gosto de turismo no sentido, lá está, de fins de semana, férias, se puder ter sim mas quando eu digo turismo Joana não sei se poderei ajudar muito porque o tipo de turismo que eu não é tanto um turismo cultural digamos assim, é mais um turismo para descansar, para ir à praia, aproveitar o spa.

Joana – Sim, sim, mas ajuda porque é turismo na mesma.

PN - Eu gosto muito de tudo o que tenha haver com a área da saúde. Tenho uma veia ligada à saúde e é algo que eu valorizo. Tudo o que seja spas, tudo o que seja termas eu tento aproveitar.

Joana – Então prefere viajar a nível nacional mais para sítios relacionados com a saúde?

PN – Sim, exatamente. Mais um bem estar físico e mental.

Joana – E quando faz essas viagens é sozinho ou é acompanhado?

PN – Por norma é acompanhado. Mas também costumo, a nível de viagens turísticas não, mas costumo viajar algumas vezes sozinho, mas não a nível do turismo lá está. Por exemplo quando eu vou daqui a Castelo Branco a Lisboa vou sozinho de expresso. Agora a nível de turismo os tais fins de semana que eu referi ou eventualmente 1 ou 2 semanas de férias vou acompanhado.

Joana – E quando planeia essas viagens, gosta de planear tudo ao pormenor ou é mais espontâneo?

PN – É mais espontâneo embora, logicamente, eu faço muitas aquisições através, por exemplo, da Odisseias, do site, e tenho o cuidado de quando compro e antes de comprar, através do computador e dos meus sistemas de ajuda, do leitor de ecrã, procuro, faço uma pesquisa intensiva procurando aquilo que a mim me interessa. E então faço uma pesquisa exaustiva e vou ao encontro dos meus interesses e quando encontro tenho o cuidado de perceber se os hotéis têm aquilo que eu quero. Nós pessoas cega, e eu falo por mim, não

temos tanta preocupação como tem, por exemplo, um indivíduo com cadeira de rodas, porque lá está eu não tenho dificuldade em subir ou em descer degraus, eu não tenho dificuldade em ir a uma casa de banho normal. Quer dizer tenho as minhas limitações, os meus condicionamentos mas o que não vejo apalpo, literalmente mas, não tenho a dificuldade que tem por exemplo uma pessoa com cadeira de rodas. Lá está, não tenho problemas em perceber se o quarto é grande ou pequeno, se consigo passar ou não, de que forma é que me vou deitar na cama, não tenho essa preocupação. Lógico que tenho outras preocupações um bocado... mas gosto por exemplo de perceber se o meu quarto tem uma varanda, se a varanda dá para uma paisagem aberta. Agora a nível de turismo não programo tanto porque vou um bocadinho à descoberta. Encontrei este hotel em x sítio, vou procurar saber se tem estacionamento público ou privado. Sim, dou valor se tiver, por exemplo, elevador em vez de escadas o que me facilita a vida, é um facilitismo. De resto, não vejo, não me preocupo sinceramente assim tanto. Como eu sou uma pessoa muito dinâmica, muito versátil, não nego ajuda, quando chego ao local não me faço de coitadinho. Portanto, lá está, não me preocupo assim tanto.

Joana – Então nunca pagou mais dinheiro para ter mais acessibilidade?

PN – Bem seu eu tivesse de pagar mais dinheiro de certeza absoluta que saberia onde me dirigir. Se alguém pedisse mais dinheiro por eu ser deficiente eu, no mínimo, ia escrever no livro de reclamações porque eu no máximo chamaria o superior hierárquico e falava com o responsável e garanto-lhe que não ficaria ali a não ser que não tivesse outra alternativa.

Joana – Sim.

PN – E vou-lhe confessar uma coisa, que poderá ajudar a sua tese de alguma forma. Não se relaciona com turismo, mas relaciona-se com acessibilidade. Eu tive um problema co a justiça há uns anos atrás e tive de cumprir pena de prisão efetiva, foi um crime económico. Joana eu como referi há pouco fui comerciante de automóveis e tive a minha própria empresa e tive um sócio e depois de eu ter ficado cego houve aproveitamentos e como era eu que estava à frente fui eu que tive de assumir responsabilidades. E isso, mais tarde deu-me problemas eu que eu acabei mesmo por ser condenado a um ano de prisão. Cumpri pena num estabelecimento prisional e mesmo num estabelecimento prisional tiveram o cuidado de não me colocar na ala central, meteram-me na ala de enfermaria para eu estar mais protegido e ter maior acessibilidade e depois fui transferido para uma outra prisão e posso-lhe dizer que de certa forma houve discriminação, não para comigo, mas para com os outros reclusos porque eu fui tratado de forma Vip. Tiveram o cuidado de me pôr numa zona privilegiada, uma cela individual onde eu estava totalmente protegido, e estava numa zona em que praticamente estava junto ao controle, ou seja, guardas ali não me faltavam. Sempre tiveram algum cuidado comigo, portanto é indecente quando eu vou passar férias a um hotel e dizer que sou cego e que estou sozinho e pedir acompanhamento e ter de pagar mais, é indecente Joana, é o mínimo do bom senso humano. Agora isto sou eu Joana porque eu sou muito prático. Eu não tenho medo de pedir ajuda, eu não tenho medo de pegar na minha bengala e fazer-me à pista, como eu costumo dizer. Agora eu sei que há cegos e cegos.

Joana – Agora entrando aqui um bocadinho nas barreiras que pode sentir enquanto turista. Alguma vez sentiu no turismo que foi posto de parte pelos funcionários ou tratado de maneira diferente por causa da sua deficiência visual?

PN – Não, antes pelo contrário. Eu acho que muito honestamente tem muito haver com a postura que nós adotamos perante o outro. Se nós nos colocarmos numa posição de coitadinho somos vistos dessa mesma forma agora se nós nos colocarmos no nosso devido lugar que é o de efetivamente alguém que procura ter uma vida normal. É lógico que eu tenho de estar preparado. Eu não vou pedir a um funcionário que me vá levar à piscina, agora tenho de ter consciência do espaço. Eu se for sozinho lógico que tenho outro cuidado que não tenho se for acompanhado. Qual é o cuidado que eu vou ter? Primeiro a acessibilidade a nível de transportes, tenho a preocupação de fazer uma pesquisa extensiva. Assim como tenho a preocupação de saber se há autoridades por perto porque em última análise eu recorro à autoridade policial e eles têm a obrigação e o dever de me auxiliar. Se precisar ligo para o sítio onde vou ficar hospedado e peço ajuda para quando chegar poder ter alguém que me possa só mostrar o espaço e me acompanhe até aos pontos principais. Eu até hoje nunca tive problema algum aos sítios onde fui. Eu não faço questão que o meu acompanhante seja a minha babysitter. Se precisar de ajuda dos funcionários e não houver iniciativa para me ajudarem não tenho problema em esticar a bengala e continuar à procura. Cabe-me também a mim explorar com a bengala o espaço. Mas isto tem haver muito com as pessoas também. A nível de turismo é como eu lhe referi agora Joana. Eu acho que tudo é acessível, lá está, acessível ponto e vírgula. É tudo acessível para mim sendo invisual, tenho as minhas dificuldades e os meus condicionamentos. Uma coisa que eu faço nos quartos de hotel, quando entro, acompanhado ou não, é ir à descoberta do quarto, ou seja, eu com as mãos vou ver onde estão as coisas. Vou ver o espaço envolvente para fazer um mapa mental de onde estão as coisas para não me aleijar, vou fazendo um mapa envolvente mas não preciso que alguém me vá lá dizer. Agora eu sei que há cegos que, infelizmente, ficam estáticos simplesmente ficam à espera que alguém lhes pegue na mão e que simplesmente lhes vá mostrar. Eu acho que a maior dificuldade a vários níveis, relacionado com o turismo, prende-se mais pelas pessoas com cadeira de rodas. Fala-se tanto em acessibilidades, está escrito já na lei, na Constituição da República e quando se constrói não se pensa? Eu cego, eu meto a bengala à frente e posso aleijar-me mas passo na mesma, chego onde eu quero. A CP tem um serviço próprio para deficientes não se sabia disso?

Joana – Não sabia, não sabia.

PN – Então passa a saber e que seja uma mais valia para o seu trabalho, a CP tem serviço próprio para pessoas com deficiência chamado Serviço Integrado de Mobilidade em que eu quero viajar de comboio e telefono para um número específico da CP, digo que sou uma pessoa com deficiência visual e peço apoio. Acontece que quando chego à estação de origem, vou ter ao gabinete de apoio ou a uma bilheteira e digo que tenho um pedido de apoio. Eles vêm ter com a pessoa com deficiência, onde ela está, encaminham-na até ao comboio. No comboio o revisor já está na carruagem à espera da pessoa e ajuda. No destino igual. Na CP nós pagamos apenas 25% do bilhete. A nível de turismo há acessibilidade q.b. Para uma pessoa com deficiência visual, lá está tirando o trajeto, não vejo grandes problemas. Eu não tenho tido dificuldades, antes pelo contrário. É uma questão de postura, tenho é de preparar a viagem. Mas sim, eu acho que os funcionários precisam de uma formação, sim devia ser dada uma formação nem que fosse básica, no sentido de as pessoas terem uma maior noção da realidade e saberem agir quando perante alguém com deficiência. Mas então antes de pensarem na preparação dos funcionários pensem primeiro nas acessibilidades físicas. Não sei se é mais as físicas que a Joana quer abordar, se é mais a nível humano.

Joana – É um bocadinho de tudo porque na minha pesquisa as barreiras são físicas, também tem algumas que têm haver com a própria pessoa. Por exemplo, o Paulo disse-me que era uma pessoa muito desenrascada, que não tinha medo de pedir ajuda mas há pessoas que não o são e que não aceitam como são.

PN – Exatamente, há pessoas que não aceitam sequer e tem muito haver com a postura da pessoa. Eu acho que a nível de turismo qual é o seu curso Joana?

Joana – Gestão de Marketing.

PN – Então olhe comece a publicitar a falta de acessibilidade porque há muitas, há muitas. O que para mim é horrível é o facto de termos construções novas que não têm qualquer tipo de acessibilidade. As pessoas falam muito em deficiência e acessibilidade mas depois não querem fazer nada. Não sei o que dizer mais Joana.

Joana – Eu acho que já respondeu um bocadinho a todas as minhas perguntas.

PN – Eu não sou um revoltado. Agora os hotéis que ganham centenas e milhões não há um funcionário preparado para mim? Eu tenho de pagar mais? Mas desde quando? Eu já estou a pagar a estadia e não há um colaborador preparado para me ajudar se eu precisar? É isso que tem de ser trabalhado, é as acessibilidades físicas, que é 90% delas, e depois os outros 10% seriam tratados com uma formação.

Joana – Pronto chegou ao fim a nossa entrevista. Obrigada pela sua disponibilidade.

Apêndice 6:

Entrevistado – Carlos Gaspar

11 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Para começarmos queria que se apresentasse. Nome, idade, a sua profissão, o nível de escolaridade e também queria saber se nos podia falar um bocadinho sobre a sua deficiência visual.

CG – Ok. Pronto o meu nome é Carlos Gaspar, tenho 51 anos, sou engenheiro civil. Tirei a licenciatura em engenharia civil na universidade da Beira interior, na Covilhã e tenho uma pós-graduação. Neste momento trabalho nas águas da Covilhã e sou engenheiro civil desde 2002. A minha deficiência visual propriamente dita, eu aos 16 anos fui detetado com uma doença degenerativa a nível da retina que é uma retina pigmentar e que depois com o tempo vai degenerando até que a pessoa chega à cegueira. Acontece que no meu caso foi um bocado antecipado devido a um acidente. Em 2017 estava aqui em casa e o meu filho pediu-me para lhe fazer um pãozinho, o meu filho na altura tinha 4 anos, e fiz o pão para ele mas na altura assim por uma coisa inexplicável acontece que a minha camara frigorífica era aquela de duas portas que tinha um canhão e conforme eu deixei cair a faca para o chão, a porta em vez de ter fechado não, ela bateu e voltou para trás e o canhão apanhou-me em cheio na vista e o

meu olho ficou em muito mau estado. Por causa disso tive de ir fazer uma cirurgia de urgência em Coimbra mas infelizmente depois a recuperação não foi a ideal e fiquei cego, perdi mesmo a visão. E a partir dessa altura fiquei cego, desde 2017 que fiquei cego. Entretanto na altura tive de fazer uma reabilitação porque é muito difícil numa situação como me aconteceu, principalmente a nível do emprego, da empresa, geralmente na maioria dos casos a pessoa vai para casa e chega-se à caducidade do contrato porque as pessoas deixam de ter condições para prosseguir com aquilo que foi inicialmente destinado. Acontece que eu, graças a uma boa orientação com a ACAPO, foi aí que eu tive o meu primeiro contacto com eles em termos jurídicos e por aí fora, a nível da reabilitação. E aconselharam-me a fazer uma série de procedimentos do qual eu tive uma formação especializada. Como eu trabalhava com o computador de uma forma muito frequente, tive de me adaptar a uma nova realidade apesar que a maior parte dos trabalhos que eu fazia já era trabalhos de gabinete que, de um certo modo já estava a sentir que a minha visão ao nível da periferia estava a reduzir drasticamente. Depois dessa formação, reabilitação, que fiz na ACAPO de Coimbra, era uma formação de 3 meses entretanto fiz aquilo em 5 semanas, porque já tinha um conhecimento bastante vasto dos atalhos e trabalho com Excel o que para muita gente é surpreendente como é que uma pessoa que não vê trabalha com isso, mas o que é certo é que o meu dia a dia é trabalhar com o Excel e muito, eu trabalho com tabelas bastante grandes porque são bases de dados que saem do sistema, basicamente tudo o que você possa imaginar de uma base de dados de empresas como as águas da Covilhã.

Joana – Agora vou-lhe fazer algumas perguntas do seu perfil enquanto turista. Primeiro queria saber quantas vezes viaja ao ano. E viaja mais a nível nacional ou a nível internacional?

CG – As minhas viagens são nacionais e internacionais. Posso-lhe dizer que já viajei para o Brasil, Itália, Espanha, França, uma série de países pronto. E basicamente ainda recentemente na semana passada estive em Espanha. Eu ou de carro ou de comboio ou de avião ou de autocarro eu já viajei de todo o tipo de que pode imaginar.

Joana – E nessas viagens prefere viajar acompanhado ou viaja sozinho?

CG – Posso dizer que já fiz os dois tipos. Geralmente, quando são viagens internacionais, eu basicamente vou acompanhado com a minha esposa e os meus filhos, pronto vão-me acompanhando porque eu também já me aconteceu, por exemplo eu compreendo que há uma diferença considerável, por exemplo eu como disse há bocado ia todos os dias de autocarro quando ia fazer a reabilitação a Coimbra sozinho. Saia daqui da Covilhã às 5:30 da manhã e chegava lá á rodoviária às 8:30 com a minha bengala. Como já tinha tido uma pré orientação de hora e meia sobre os pontos de referência, porque lá temos os pavimentos táteis no chão. Em Coimbra na rodoviária, no chão há de reparar que tem uns traços, relevo e a pessoa passa com a bengala e consegue se orientar. Em Lisboa também já estive sozinho, de comboio. Aí o que acontece é que uma pessoa saía do comboio, marcava um ponto de referência e depois tínhamos sempre o apoio da ACAPO ou de um elemento da ACAPO que às vezes nos vai buscar e transportar do ponto A ao ponto B ou também às vezes há voluntários que estão disponíveis para nos ajudar.

Joana – Das suas viagens, planeia-as até ao mais pequeno pormenor ou são mais espontâneas as viagens?

CG – Não, não. Eu planeio tudo. A pessoa com deficiência visual tem que manter uma preocupação. Pelo menos eu conheço outras pessoas que não planeiam às vezes, são situações pontuais, mas é muito raro. O que nós temos de conhecer mais ou menos, principalmente quando é a primeira vez. Quando é a segunda, terceira, uma pessoa já conhece. Eu posso dizer, eu Barcelona, quando eu estive em Barcelona o ano passado em Outubro, já não tive tanta necessidade de planejar tudo porque já lá tinha estado 7 meses a morar lá. É diferente. Por exemplo na minha cidade, eu ando do ponto A ao ponto B sozinho com a bengala e faço o percurso que tenho a fazer porque como você sabe, a primeira vez é sempre aquela onde é que está e como é que vai ser. Depois a partir daí começa a ter pontos de referência e a partir daí circula, começa a andar bem. É um pouco assim como funciona.

Joana – Agora mais a nível da acessibilidade. Alguma vez teve a necessidade de gastar mais dinheiro para ter acessos mais facilitados ou para ter mais acessibilidade?

CG – Claro que sim, claro que sim. Por exemplo, muitas das vezes, por exemplo Lisboa. Eu vou-lhe confessar uma coisa. O aeroporto de Lisboa, principalmente chegar até ao aeroporto é muito difícil uma pessoa cega ir até ao aeroporto de Lisboa. Porque você pode ir de metro é verdade, mas geralmente até haver esse metro que ele é recente, eu lembro-me que tinha de chamar um táxi porque desde a rotunda do relógio até ao aeroporto deixa um bocado a desejar. E outra coisa, não sei se a Joana já se apercebeu, nós muitas vezes nos passeios há obstáculos. Eu posso-lhe dizer que já encontrei, por acaso até vinha com o meu pai, e o meu pai é que se apercebeu do perigo. Eu se tivesse ido sozinho tinha caído, havia um buraco sem tampa e com mais de 3 metros de profundidade. A pessoa com deficiência existem situações em que precisa de gastar mais dinheiro, sem dúvida. Por exemplo, apesar de agora você nos aeroportos ter apoio. Eu, por exemplo quando vou de avião compro nas agências e a agência comunica à companhia aérea que eu sou uma pessoa com deficiência e preciso de apoio e então eles disponibilizam uma pessoa que espera por mim e faz o meu acompanhamento desde o check in até chegar à porta de embarque. Esse apoio eu posso-o pedir mesmo acompanhado com os meus familiares. Isso está na lei. Por exemplo, quando ando de comboio e quando chego lá, peço sempre o apoio desde a bilheteira até entrar no comboio. A pessoa comunica ao revisor e o revisor vai ter comigo e leva-me ao lugar do comboio e os senhores dos autocarros igual. As coisas hoje estão mais facilitadas. Agora pontualmente pode acontecer uma situação que você não tendo aquele cuidado de avisar, claro que eles não são obrigados a disponibilizar o pessoal, como deve calcular tem de ser tudo programado.

Joana – E quando viaja qual é assim o maior desafio ou problema que encontra.

CG – Olhe quando viajo o maior desafio, geralmente, eu posso dizer-lhe é na questão da acessibilidade. Eu posso dar-lhe um exemplo, um caso particular nos aviões. Você entra num avião, a maioria dos equipamentos lúdicos, de entretenimento não são acessíveis. Por exemplo, eu estou aqui a falar consigo porque o meu telemóvel tem acessibilidade ativa. Você com esse tipo de acessibilidade consegue fazer muito. Eu por exemplo tenho aqui algumas ferramentas que me ajudam. Por exemplo, eu tenho um aplicativo da Microsoft, que é um aplicativo que dá para ler notas, dá para tirar fotografias a documentos e lê-me o documento todo, dá para ler livros, dá para ler uma série de coisas e é uma ferramenta que me ajuda bastante. Lá nos aviões às vezes tenho necessidade de pegar nisto, mas não é a

mesma coisa. E muitas vezes você mete os fones e depois anda assim um bocado a nadar. A maior dificuldade é nessa acessibilidade. Como por exemplo também no aeroporto desde a porta de entrada até à parte do check-in também não há preocupação dos pavimentos táteis, por exemplo o aeroporto de Lisboa não tem. Alguns aeroportos tem mas o aeroporto de Lisboa não tem e o do Porto também acho que não. Isso podia-se pensar cada vez mais e não custa nada esse tipo de pavimentos, é uma coisa tão fácil. Compreendo que em termos de estética é uma coisa mas nos aeroportos não se pode pensar em estética, tem de ser o mais acessível para todos.

Joana – Afora vamos falar um bocadinho das barreiras que pode sentir. Na pesquisa toda que eu fiz, uma das mais mencionadas tem haver com os funcionários que não são preparados para lidar com pessoas com deficiência visual nem com as necessidades destes.

CG – É verdade.

Joana – Eu queria saber se alguma vez na sua experiência de turismo sentiu esta barreira.

CG – Sim, sim. Eu vou-lhe contar uma situação. Foi no voo de regresso de Barcelona para Lisboa. Uma hospedeira da companhia aérea, ela quando olhou para a minha bengala considerou que era um objeto desportivo. Isso notava-se mesmo que há ali uma ignorância e expliquei que a minha bengala era a minha ferramenta que tinha de me acompanhar de um lado para o outro, quando eu quisesse ir à casa de banho, quando me quisesse deslocar dentro do avião e ela mesmo assim começou a teimar que aquilo não podia ser porque poderia ser considerado uma arma. A minha bengala até acabou por ficar por cima de mim dentro de onde se põe as malas, mas nota-se ali um desconhecimento. É uma situação muito clara.

Joana – E a nível da informação. Sente dificuldade quando precisa de encontrar alguma coisa, alguma informação?

CG - Não. Nunca tive e vou-lhe dizer porque. Às vezes converso com um colega meu sobre essa questão e claramente nós a nível da informação. Nós estamos habituados a pegar no telemóvel e a pesquisar. Eu por exemplo tenho o hábito de pesquisar tudo. Mas depois quando há um hotel que me interessa eu pego no número de telefone do hotel e contacto com o hotel. E porque? Porque aí já deixo tudo claro. Digo que sou uma pessoa cega, que quero por exemplo um quarto com acessibilidade ou com casa de banho acessível. Mas eu geralmente nunca tenho necessidade disso, não vejo necessidade porque essas casas de banho acessíveis é mais para quem usa cadeira de rodas. Ainda há duas semanas quando estive em Espanha, estive num hotel de quatro estralas e fui com a minha esposa, mas desde a porta de entrada até à receção é muito próximo, eles também já têm tido esse cuidado para a pessoa não ter de se perder porque muitas vezes você há de reparar que a maior parte dos hotéis de luxo você tem quase que caminhar 100 metros desde a porta de entrada até à receção, aí não. Já tiveram mais essa preocupação. Por exemplo, nos elevadores já têm braille apesar de eu não usar pois como fiquei cego recentemente utilizo mais o aplicativo que mencionei antes que me diz logo tudo. Muitas vezes nos corredores há hotéis que já têm marcas nas paredes. Por exemplo eu agora estive no quarto 326 e era no terceiro andar mas agora se era do lado esquerdo ou direito não sabia. Em alguns casos eles indicam que do lado direito vai do 0 ao 15 e que do lado esquerdo vai do 16 ao 30. E os números geralmente

nas portas estão em relevo, quase sempre em relevo. Há outros que não. E aí você vai ter que solicitar apoio, não há hipótese.

Joana – Já sentiu que alguma vez foi posto de parte pelo setor do turismo por causa da sua deficiência ou nunca sentiu isso?

CG – Não, nunca senti isso. Mas eu vou ser muito sincero. Se isso viesse a acontecer eu saberia onde me dirigir para reclamar.

Joana – Eu não sei se alguma vez já repetiu algum destino turístico.

CG – Já, várias vezes.

Joana – Mas já repetiu pela acessibilidade ou está relacionado com isso?

CG – É uma pergunta interessante. Eu por acaso, uma das cidades que estou a tentar ir por motivos de acessibilidade, uma delas é Las Palmas, nas Canárias. Ela foi considerada o ano passado a cidade do ano a nível da acessibilidade, é uma cidade bastante acessível, tem boas referências. Como também, a melhor cidade do mundo para quem precisa de acessibilidade, que é Tóquio. Agora o meu turismo em si é por necessidade, na maioria das vezes.

Joana – E desde que começou a viajar sente uma grande diferença no desenvolvimento em termos de acessibilidade e de inclusão?

CG – Eu tenho notado uma maior preocupação mas muito lentamente. Também é verdade que agora por causa da convenção dos direitos das pessoas com deficiência e a união europeia dos cegos tem feito uma pressão muito grande dentro da união europeia. Ainda agora há pouco tempo, na questão dos votos, quando uma pessoa vai votar, durante muitos anos a pessoa cega basicamente era posta de parte para votar. Agora não, em termos legais você se não tiver condições para votar assim sozinho tem uma pessoa a acompanhá-lo. Eu vou-lhe dizer uma coisa as maiores barreiras para os cegos, hoje em dia, são mais as barreiras arquitetónicas. Acontece muitas situações que você chega a um ponto em que se pergunta como é que vai dar a volta áquilo. Agora as escadarias, uma pessoa cega até acaba por ser beneficiada em relação às pessoas em cadeira de rodas. Mas as barreiras arquitetónicas são as maiores barreiras que a pessoa com deficiência visual enfrenta, principalmente quando há obras. Por exemplo, agora com as ciclovias, isso é um perigo, para nos é um perigo. Muitas das vezes não são identificáveis. Nem o pavimento, deveria haver um relevo diferente para sabermos que há ali uma ciclovia mas não. E também uma outra coisa Joana. Você atravessa uma passeira, mas muitas vezes não tem sinalização sonora.

Joana – E como é que as experiências negativas que já viveu no turismo o fizeram sentir?

CG – Nós geralmente é com essas experiências que acabamos por aprender a criar novas estratégias, podemos-lhe chamar assim. Por exemplo, eu às vezes saio e vou para um determinado lugar e digo à minha esposa que vou só dar uma volta perto do hotel e já me aconteceu duas vezes em que eu fui dar uma volta e quando dei por mim já estava no meio da estrada. E perdi-me, literalmente perdi-me. E tive de atravessar para um sítio mais seguro, pegar no telemóvel, meter o google maps para saber onde é que eu estava e tentar perceber

onde é que estava o hotel. Isso aconteceu porque? Eu tento perceber e isso é um aspeto que tenho de positivo, é tentar perceber como é que me aconteceu aquilo. Agora qual é a estratégia que eu faço. Nos pavimentos inclinados, eu vou encostar-me à parede, vejo que existe ali uma abertura e só quando sinto outra vez a parede é que volto à minha posição inicial e continuo a circulação. Isso são pequenas coisas que uma pessoa vai ganhando com a sensibilidade.

Joana – E tem assim mais alguma estratégia que utilize?

CG – Tenho. Por exemplo, eu uma das coisas que as técnicas de mobilidade me chamam à atenção quando eu converso com elas é o facto de eu ter de andar mais a meio do passeio. Mas em cidades que os passeios são estreitos ao andar no meio dos passeios estamos sujeitos e levar com pessoas que saem das portas do comércio, das casas no meio do caminho. Nesse tipo de situações que ponho-me mais à berma porque eu sei que a pessoa que sai já não me vai bater e elas ao ouvir a bengala a bater acabam por ter tempo de reação. Uma coisa é a teoria, outra coisa é a prática. E há mais. Eu por exemplo posso dizer que uma das situações, isto é em todo o lado, é mundial, quando uma pessoa, qualquer pessoa se apercebe que há uma pessoa cega quando há um desconhecimento na questão de como se deve comportar perante uma pessoa cega a nível da ajuda, há muita gente que chega ao pé de si, pega no braço e quase que o arrasta. E não é assim. E às vezes é desconfortável e somos vistos como ingratos.

Joana – E por fim, eu gostava de saber o que o motiva a viajar.

CG – O que me leva a viajar acima de tudo é uma coisa que eu sempre tive desde pequenino, procurar novos conhecimentos, novas culturas. Adoro partilhar novas culturas, novas gastronomias, artes, história. Sou uma pessoa que adora história. Eu acho que as pessoas que viajam, a grande maioria delas que gosta de viajar, geralmente tem uma coisa em comum é querer conhecer história. Viajar por viajar, pronto, eu conheço pessoas que viajam só para ir a shoppings. Há quem me diga que sou um pouco chato nessas coisas porque eu acabo por captar com muita facilidade e tenho um conhecimento muito grande a nível da arte, cultura e história, por aí fora e isso para mim, mesmo não vendo, mesmo com o toque, apalpando. Uma coisa que eu podia ter abordado há bocado e que mudou muito foi na questão dos museus. Os museus cada vez mais são acessíveis porque já começa a haver museus em três dimensões que fazem miniaturas de monumentos. Voltando à questão do gosto basicamente é conhecimento, trocas de cultura e acima de tudo pronto eu sou um bocado aventureiro. E só não viajo mais porque não tenho condições financeiras para isso.

Joana – Ok. Por mim terminámos. Obrigada pela ajuda mais uma vez.

Apêndice 7:

Entrevistado – Rogério Rosa

13 de novembro de 2023 via Teams

Joana – Primeiro queria que se apresenta-se. Nome, idade, profissão, nível de escolaridade e se nos poderia falar um bocadinho sobre o tipo de deficiência visual que tem.

RR – O meu nome é Rogério Rosa, tenho 59 anos e sou de Lisboa. Academicamente frequento a segunda licenciatura de ciências sociais vertente psicologia. A minha licenciatura anterior foi de serviço social e neste momento estou também a fazer a formação de Língua Gestual Portuguesa. Sou deficiente visual, denominado amblíope. Há uma coisa que as pessoas muitas das vezes confundem que é a deficiência visual com cegueira, uma coisa é ser cego outra é ser deficiente visual mas amblíope. Isto porque continua a ser muito associada uma coisa à outra.

Joana – Agora passando ao seu perfil enquanto turista. Até já me disse na nossa conversa anterior que quando viajou foi sempre acompanhado certo? Nunca viajou sozinho?

RR – Pronto eu quando viajei, a primeira foi para Israel e viajei com pessoas deficientes. A segunda foi através da escola porque foi uma viagem de finalistas a França, na qual eu era o único deficiente visual.

Joana – O que é que o motivou a viajar? Sendo que a viagem que fez a Israel foi por motivos religiosos certo?

RR – É assim, a viagem a Israel foi um acontecimento. Eu já conhecia aquele casal há muitos anos que já tinha ido a Israel. E de facto foi pela igreja porque eu era escuteiro dessa igreja e ela estava a promover uma viagem a Israel como peregrinos. E de facto é um turismo diferente. Nós íamos a todos os locais sagrados que um turista normal, daqueles que não iam pela igreja, não podiam de facto visitar. E de facto aconteceu que é uma viagem que se faz uma vez na vida porque estamos a falar de um sítio sagrado, um sítio que tem peso e para quem era escuteiro na altura tinha toda a importância, apesar de a viagem ser paga em dois anos, mas de facto tudo aquilo que nós iríamos ali ver tinha um simbolismo, um sentimento de facto diferente daquilo que teve quando fiz outras viagens. Foi uma coisa completamente diferente.

Joana – Essa viagem foi organizada pela igreja ou pelos participantes?

RR – Não, esta foi organizada por três igrejas católicas. Tinha-mos um padre como referencia e foi, digamos, o nosso precursor pois foi ele que organizou na igreja à qual eu era escuteiro. A outra foi mesmo turismo.

Joana – Ao longo da minha pesquisa encontrei algumas barreiras que os turistas com deficiência visual podem encontrar nas suas viagens e eu gostava de saber se alguma destas se aplica ao seu caso. Teve alguma dificuldade a nível das barreiras estruturais, a nível da arquitetura?

RR – Não, não. No meu caso em especial era mais a visão. No caso da minha deficiência, nós não medimos bem a dimensão ou a distância daquilo que vemos. Para nós as nossas barreiras é mesmo aquela visual que não dá muito para ver a mais de 2 metros de distância. Portanto, nós queríamos ver mais alguma coisa tínhamos sempre de estar dependentes, no meu caso, de outras pessoas e claro, havia acessos aos quais não podia ir porque podia cair

pois não tinha aquela dimensão da distância. Mas de resto, em termos de arquitetura sim houve alguns problemas nomeadamente no Calvário na igreja do Santo Sepulcro em que a arquitetónica daquilo houve fazes em que eu não conseguia mesmo entrar ou subir porque a visão parecia-me, por exemplo, algo de muito perto e afinal era longe e o medo de escorregar porque aquilo tinha um piso muito escorregadio. A limitação é sempre para mim a mais difícil até mesmo pelos transportes por exemplo, eu não vejo os números quando o autocarro vem. Eu tenho de os ver quando já está parado praticamente. Ali era mais fácil porque eu ia atrás dos outros, não era que eu conhecesse o espaço mas tinha de ir atrás na excursão se não acabava por me perder.

Joana – E a nível dos funcionários? Nunca sentiu algum tipo de discriminação ou era tratado de forma diferente?

RR – Não. Lá não. Como nós estávamos todos juntos e todos eles viam bem à exceção daquele casal que eu disse. Nós íamos ficando em três hotéis diferentes portanto o pessoal dos hotéis nem sequer se aperceberam da minha deficiência visual. Agora em relação a França sim, houve realmente aspetos em que havia pessoal que olhava de mim de lado sobretudo quando eu lia porque aproximava muito a cara das coisas e eu normalmente gosto muito de ler, sou muito observador e muitas das vezes até me esquecia que via mal. Então quem estava ao meu redor apercebia-se e eu acho que há pouca sensibilidade. Não só do pessoal dos hotéis, dos aviões nem tanto, porque as hospedeiras estão sempre em movimento e não estão a ver quem vê bem ou quem vê mal. Mas, em todo o caso existe muito muito preconceito, aliás eu vivo isso ao longo de praticamente 50 anos. Até na faculdade. Ou não tem ajudas ou os colegas não me escolhem para trabalhos de grupo. Ainda este ano terminei o curso de técnico auxiliar de farmácia e fui excluído de estágio, foram todas as colegas fazer estágio nas farmácias e eu fui o único que no final fui excluído porque não queriam pessoas com deficiência visual nas farmácias porque era a imagem que estava em causa porque não iam estar com um estagiário, por exemplo, com uma caixa de comprimidos com a cabeça quase encostada à frente do cliente. Portanto, eu nesse campo sim, vi-me marginalizado porque foi um curso que deu muito trabalho, foram muitas horas aqui online durante 18 meses e foi chato porque nós entre o mediador e o orientador do curso fomos falando, porque eles sabiam que eu tinha esta deficiência visual e eles não conseguiram, mesmo a nível hospitalar, que não tinha de estar a atender ao público, podia fazer trabalho de BackOffice e de facto apercebendo-se da deficiência visual não disseram diretamente a mim, mas disseram ao coordenador que infelizmente não porque era uma responsabilidade enorme. Portanto isto só para saber que até a nível académico todos nós temos esta barreira, todos nós somos marginalizados. Se bem que a lei proíbe que as instituições, sejam quais forem, não nos coloquem em estágio. Portanto se eu interpusse recurso as farmácias eram obrigadas a dar-me um estágio porque de facto fiz um curso igual, por tempo igual que as minhas colegas fizeram. Mas também, ao mesmo tempo soube-me colocar no lugar do outro. Será que eu vendo bem aceitaria um estagiário com deficiência visual tendo em conta que tem de meter a cabeça quase em cima do computador à frente do cliente? Talvez se calhar não. E porque? Porque não há nenhuma farmácia inclusiva e como não existe isso também não existe a capacidade de dar oportunidade a quem tem curso e a quem o fez com toda a legitimidade e com todo o valor. Quando vamos em viagens nós vemos que mesmo até as pessoas que vão conosco não têm essa proximidade comigo. Por exemplo, quer para Israel quer para França, fui integrado. A minha sorte foi as pessoas que foram comigo a Israel e a senhora que trabalhava na ACAPO que foi conosco para ajudar. Se não fosse isso, eu era marginalizado

em toda a viagem e em todo o percurso. No caso de França já não foi assim, foi a minha mulher comigo foram as professoras portanto era diferente. Mas nós sentimos muito isso. E claro também nos monumentos, as ruas, estradas. Quem é cego não se apercebe do preconceito. É como agora, estou a tirar o curso de Língua Gestual e eu para ver a professora eu tenho de me debruçar em cima do tablet. Se eu me afastar eu não vejo movimentos como este é um curso muito de gestos. Mas é a tal coisa, a pessoa também não pode desistir e baixar os braços independentemente da forma que vê, independentemente de as pessoas serem ou não sensíveis que por acaso são e ajudam e sabem que eu vejo mal e aproximam-se do ecrã. Mas pronto, tem sido de facto este...pronto são 50 anos mas de qualquer das maneiras nunca deixei de fazer as coisas, nunca deixei de fazer nada. Sou ator há muitos anos, o último trabalho em televisão que fiz foi a novela Sangue Oculto. Fiz formação de atores, fiz tudo isto. Agora o preconceito existe em todo o sítio. Eu se for viajar para o norte eu evito quase de ler porque toda a gente fica a olhar para mim por estar com a cabeça quase em cima das coisas.

Joana – E se tivesse de repetir algum destino turístico repetia por este ser acessível e por corresponder às suas necessidades de turista?

RR – É assim, eu se pudesse repetir eu repetia por exemplo a Madeira. Apesar de eu ter ido sozinho numa excursão pelo INATEL, tudo aquilo foi um percurso muito normal. Não tive qualquer dificuldade, o pequeno grupo em que fui inserido ajudavam-me sempre aliás eles dizem quase que nem reparavam que eu via mal e não tive qualquer dificuldade, foi muito diferente. Na França, também poderia ir pois também não tive grandes dificuldades claro que a Torre Eiffel faz mais confusão para quem vê mal pois dá a sensação que a gente vai cair dali. A única dificuldade que eu teria era se fosse numa excursão completamente sozinho em que não conhecesse ninguém. Aí sentir-me-ia completamente marginalizado porque sabia que não me iriam ajudar. Aí sim, era muito difícil um deficiente visual ou um amblíope, neste caso, ir sozinho onde quer que seja porque nunca vai ter o apoio, se não conhecer ninguém. Eu acho quem faz isso, só faz isso uma vez e nunca mais repete porque ninguém nos ajuda, não querem saber se a gente vê bem ou não vê, se a gente vê pouco ou muito e aqueles que por exemplo gostam de ler tentam evitar ler para não chamar a atenção. Mas sim, repetiria viagens, mas nunca sozinho. Cada deficiente, e estamos a falar do visual só, porque então o motor nem vai a lado nenhum basicamente. Mas não, sozinho eu acho que nenhum deficiente conseguirá dizer que vai a uma viagem sozinho porque vai-se sentir muito marginalizado, muito à parte de todos. Isto é a minha opinião, não quer dizer que haja algum que não seja diferente.

Joana – Então sente que ainda existe muito para evoluir. Tem falado muito sobre marginalização. Sente que ainda existe um percurso muito grande pela frente?

RR – Ah sim. O preconceito existe em todos os campos. Mas os deficientes, sejam quais forem as suas patologias, são talvez o alvo preferido dos preconceituosos. E eu sinto isso há muito tempo, então na vida artística nem se faz a menor ideia do que eu passava para evitar ao máximo que outros atores notassem que eu via mal. Muitas das vezes tinha de decorar as coisas longe deles. Mas às vezes não resultava porque às vezes era apanhado. Isto porque? Porque nos tínhamos de assumir que víamos mal e eles tinham de nos aceitar tal como somos e essa foi sempre a minha asneira. Foi evitar que soubessem, não só lá como noutros lados, até mesmo na faculdade, que soubessem porque eu era sempre apanhado. Desde o ciclo

preparatório normal, nunca até hoje fui escolhido, fui sempre imposto pelas professoras para trabalhos de grupo, nunca me escolheram. Isto porque as pessoas não têm essa sensibilidade a não ser que aconteça alguma coisa na família dessas pessoas e aí despertam para a solidariedade, porque se nada disso acontecer nunca somos escolhidos. Aliás eu fiquei ainda mais traumatizado foi na Lusófona onde eu fiz serviço Social em que durante 3 anos da licenciatura que é como se sabe para instrumentalizar os alunos para a solidariedade para quem nunca viram na vida, portanto para que sejam eles os percussores da solidariedade, quando li ao lado na mesma sala um colega nunca foi ajudado. E no entanto eu era colega deles e fui colega deles durante 3 anos. Como é que alguém vai ajudar no banco alimentar ou nas ONG gente que nunca viram na vida e ali o colega não foram capazes de ajudar nem escolher para trabalhos de grupo. E, no entanto fui até ao fim. Também as professoras deveriam ter essa capacidade e também não ajudaram. Aliás eu quando pedi ajuda na secretaria da faculdade uma das coisas que me disseram foi que se soubessem que eu via mal nem sequer tinha entrado quando na verdade há lá um professor cego na faculdade. Portanto há coisas que ficam na nossa memória, apesar de não ser isso que fez com que não quisesse continuar, pelo contrário. Mas são estes pequenos nada que para nós faz toda a diferença. Se tudo isto acontece numa licenciatura para solidariedade porque é que não há de acontecer noutros campos como o turismo não é? Se calhar nas viagens de turismo nós somos, naquela altura, quase tão iguais como aqueles que veem bem. Agora nunca sozinhos. Eu acho que o pior dilema de tudo é o preconceito, é a sociedade como nos olha e como está completamente indiferente a não ser quando lhes bate à porta algum familiar. Mas quanto mais têm preconceito connosco mais nós temos vontade de continuar e mostrar que estão errados. Nós temos de provar que somos capazes de ter-mos oportunidades iguais. A única coisa que o deficiente visual não tem é o benefício da dúvida que nos deveriam dar.

Joana – Para terminar só lhe queria perguntar que estratégias é que utiliza para combater essas vulnerabilidades que encontra.

RR – A única estratégia é eu ter trabalhado mais esse receio, esse medo, essa vergonha de mostrar que vejo mal e é exatamente fazê-los aceitarem-me tal como sou. Agora não me escondo como antigamente. Hoje em dia eu acho que o pior cego é aquele que não quer ver, a minha estratégia é mostrar exatamente o nível que eu tenho, a distância que eu vejo, leio nos transportes porque acho que não é a evitar e não é a fugir que as coisas não deixam de acontecer. Eu mostro que a minha visão é diferente da deles mas que tenho exatamente a mesma capacidade para ter os mesmos direitos

Joana – E chegamos ao fim da nossa entrevista. Obrigada mais uma vez pela sua ajuda.

Apêndice 8:

Entrevistado – José Rodrigues

13 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Para começarmos a entrevista queria que se apresentasse. Nome, idade, nível de escolaridade, profissão e gostaria que falasse um bocadinho da sua deficiência visual.

JR – Ok, então. José Rodrigues, 50 anos, tenho baixa visão, sou professor e trabalho num agrupamento de escolas em Coimbra numa escola referência para alunos cegos e com baixa visão. Tenho Mestrado em educação especial e a minha Licenciatura é História.

Joana – Agora passando às perguntas do seu perfil enquanto turista. Queria saber primeiro se viaja muito e quantas vezes por ano, a nível nacional e internacional.

JR – Para considerar viagens de turismo vamos considerar duas vezes por ano.

Joana – E gosta mais de viajar para o estrangeiro ou prefere viajar dentro do país?

JR – Eu acho que é me indiferente. Eu tento conhecer as suas realidades.

Joana – E prefere viajar sozinho ou acompanhado? Não sei se já viajou alguma vez sozinho.

JR – Já, já. Embora os passeios sozinhos sejam mais curtos, sejam menos dias mas prefiro viajar acompanhado.

Joana – O que é que o motiva a viajar?

JR – Conhecer novas culturas, novos locais, monumentos, história, mais um bocado por aí.

Joana – E a nível do planeamento das viagens. Gosta de planear as viagens até ao mais pequeno pormenor ou é mais espontâneo?

JR – Não, bastante planeadas. Portanto o maior número de pormenores possível. Tudo o que seja possível de prever eu gosto de prever as situações.

Joana – E costuma gastar mais dinheiro para ter mais acessibilidade ou nunca o fez?

JR – Já, nomeadamente até a nível de transportes.

Joana – E quando viaja quais são para si os maiores desafios que encontra?

JR – O primeiro desafio é o chegar ao local, tem de se planear muito bem a viagem e ver que tipos de apoios nós temos à nossa disposição nomeadamente nos aeroportos, estações de comboio e depois os desafios lá, no local é encontrar rotas que sejam amigáveis para nós, que seja possível fazer em transportes públicos amigáveis e locais a visitar com alguma informação.

Joana – E sente que sempre que procura essa informação encontra-a ou a procura por informação também é um problema?

JR – Cada vez há mais, mas não atingimos a perfeição e nunca a iremos atingir.

Joana – E a nível arquitetónico, sente dificuldades? Por exemplo a nível dos hotéis?

JR – Não, sendo uma pessoa com baixa visão eu não noto esse tipo de dificuldades. Agora o que eu noto é que faltam indicações nomeadamente que tenham haver com o desenho universal. Às vezes faltam ajudas por exemplo a indicar degraus, placas com contraste de cor melhor para que a gente possa perceber onde está a placa, esse tipo de coisas eu sinto que falham muito mas a nível de hotéis não tenho tido dificuldade.

Joana – Na minha pesquisa o problema que mais encontrei foi ao nível dos funcionários dos destinos. Sente que para si este é um problema?

JR – Discriminação não senti, já senti mas não em ambiente de turismo. No meu caso, lá está, a baixa visão penso eu que não terá muito esse tipo de queixas. Agora acredito que as pessoas não tenham formação nem sensibilização para lidar com estes públicos.

Joana – Então recebe sempre serviços de qualidade quando viaja? Nunca sentiu que foi negligenciado pelo turismo?

JR – Não. Recebo serviços normais como qualquer cidadão. As queixas que eu tenho são as queixas que qualquer cidadão tem. Por exemplo, se eu for mal atendido por um funcionário eu sou mal atendido não é por ter baixa visão.

Joana – E escolhe os seus destinos turísticos tendo em conta a acessibilidade destes? Ou é algo que não o preocupa?

JR – Escolho, pelo menos tento. Nomeadamente turismo balnear eu tenho sempre o cuidado de procurar praias com bons apoios de praia, sempre. Enquanto que nas cidades, turismo de cidades, pode não haver tanto essa preocupação mas no turismo balnear sim, procuro com acessibilidade.

Joana – E já repetiu algum destino por este ser acessível?

JR – Já.

Joana – E quais é que foram as características que o fizeram voltar?

JR – Como lhe disse foram os bons apoios de praia.

Joana – E sente que o setor do turismo ainda tem muito para evoluir para compreender o turista com deficiência visual?

JR – O setor do turismo tem todo um público que ainda não explorou, e explorou no bom sentido da palavra, porque o público com deficiência, como qualquer ser humano que quer conhecer e passear e viajar, é um público com muito potencial. E quando o turismo descobrir este público e trabalhar de forma a incluir este público, vai ter mais, se calhar 10%, 15%, 20% a mais de clientes e de receita do que aquilo que tem neste momento.

Joana – E sente que a nível de acessibilidade é melhor a nível nacional ou internacional?

JR – Joana, vamos só focar aqui três lugares Espanha, Paris e Londres. Os três locais têm um problema que em Portugal não temos. Ou seja, passo a explicar. A cultura europeia, a lógica da inclusão na cultura europeia é um bocadinho diferente da nossa. Por exemplo, em Paris ou em Londres eu bastava dizer que tinha uma deficiência e bastava mostrar o meu certificado multiusos mesmo em português, estamos a falar de um documento em português, era tudo facilitado. Eu até me sentia mal porque isto não é inclusão. Eu passava à frente nas filas, eu não pagava entradas, os seguranças quase que me levavam ao colo. Isto, no meu conceito, não é inclusão. Em Portugal nós pagamos como qualquer pessoa ou pagamos um bocadinho menos dependendo dos casos, mas nós sentimos que somos incluídos. Porque é que eles fazem isto lá fora? Nós temos a mania de achar que em Portugal somos uns coitadinhos e que somos o pior país da Europa e estamos sempre a pôr-nos para baixo, mas pela minha experiência as pessoas que não se enganem. O Louvre não está adaptado, os museus das grandes capitais europeias não estão adaptados. A única coisa que nós temos lá que também temos cá são áudio-guias, mais nada. E, supostamente estamos a falar de grandes capitais europeias com milhões de visitantes por ano. Eu acho que eles têm essa consciência, que não estão preparados para receber, turisticamente falando, pessoas com deficiência e então facilitam-nos tudo ao ponto de nós nos sentirmos mal. Eu posso contar, por exemplo, no palácio de Versalhes eu estava acompanhado com a minha esposa, nós passamos uma fila gigantesca com toda a gente a olhar para nós e entramos pelo braço de uma segurança. É bom? É. Mas faz-nos sentir mal? Faz.

Joana – E o que é que eles poderiam fazer para melhorar a acessibilidade?

JR – Poderiam praticar a verdadeira inclusão. Ou seja, nós até temos o direito de passar à frente nas filas, que no caso de uma pessoa com baixa visão é um direito discutível, mas no caso de uma pessoa em cadeira de rodas ou com uma deficiência mais profunda, é um direito perfeitamente legítimo. Mas depois teriam de ter os espaços adaptados e com condições de visitabilidade e de acessibilidade para todos os tipos de deficiência.

Joana – E como é que algumas das experiências negativas que possa ter vivido no turismo o fizeram sentir?

JR – Era como eu lhe estava a contar. Eles com tanta preocupação em serem amáveis fazem-nos sentir excluídos, fazem-nos sentir um ser estranho porque é estranho perante todas as outras pessoas que estão ali e que vão estar mais duas horas na fila e nós já entramos.

Joana – E tem alguma estratégia que utilize para combater as vulnerabilidades que pode sentir quando viaja? Há pouco disse-me que faz uma pesquisa muito intensa de modo a prever tudo e isso pode ser considerado uma estratégia.

JR – Pode, pode.

Joana – Tem assim mais alguma estratégia?

JR – Quando eu falo em preparação e pesquisa, por exemplo, nós quando vamos visitar alguma coisa ou eu quando vou visitar alguma coisa eu de antemão já sei o que vou encontrar. Por exemplo, nós atualmente temos visitas virtuais na internet de museus, jardins, espaços públicos, temos o google street view portanto temos ferramentas que nos permitem

ir ao local sem ir ao local. Por exemplo, eu localizo o hotel onde vou ficar pelo street view e quando lá chego eu já sei que é um edifício amarelo, com janelas castanhas que tem um parque de estacionamento à frente e um parque de estacionamento ao lado. Portanto é a minha estratégia.

Joana – Então para si, a fase mais importante no que toca a viajar é a recolha de informação e o planeamento da viagem certo?

JR – Certo.

Joana – Pronto, a nossa entrevista terminou. Obrigada pela ajuda.

Apêndice 9:

Entrevistado – Anónimo

14 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Para começarmos só queria dizer que o sue nome não vai ser mencionado na entrevista tal como tínhamos falado anteriormente. Só queria que dissesse a sua idade e que nos falasse um bocadinho sobre a sua deficiência visual.

A – Tenho 41 anos. Parte da minha deficiência visual é de nascença a outra parte e que me levou à cegueira total, é derivada de um deslocamento da retina que não tem operação.

Joana – Agora vamos focar-nos no seu perfil enquanto turista. Eu queria saber quantas vezes viaja por ano a nível nacional e internacional.

A – A nível nacional vou viajando de férias ou no verão para praias ou em alguns passeios. A nível internacional como eu faço desporto eu ia para provas internacionais e aí viajei bastante.

Joana – E gosta mais de viajar dentro do país ou para o estrangeiro?

A – Eu gosto de conhecer novas culturas, ter novas experiências, apesar de para mim ser mais difícil lá fora porque eu não sei inglês, tinha de ir com alguém na comitiva que pronto sabia inglês e ia traduzindo. Mais fácil é internamente.

Joana – E prefere viajar acompanhado ou sozinho?

A – Acompanhado.

Joana – Mas alguma vez viajou sozinho?

A – Já viajei algumas vezes sozinho mas ainda via. Costumo fazer viagens sozinho mas tenho sempre alguém do outro lado depois à minha espera.

Joana – E o que é que o motiva a viajar?

A – Sobretudo, como eu tinha dito ao início, conhecer novas culturas, ter novas experiências, a nível de história, da própria zona em si para onde eu vá, a nível da comida.

Joana – E quando planeia uma viagem, planeia a viagem até ao mais pequeno pormenor ou são mais espontâneas?

A – Depende com que intuito for. Se for uma viagem em que tenha mesmo coisas para fazer a nível profissional, têm de ser mais planeadas e pormenorizadas por causa do tempo. Agora de resto vou mais à aventura.

Joana – E alguma vez gastou mais dinheiro para ter acesso a mais acessibilidade?

A – Não, porque... Quer dizer, para nós em termos de acessibilidade não há assim grandes alterações pagando mais ou menos. Não noto assim grande diferença. Em termos de acessibilidade só iria ser mesmo acessibilidade se tivéssemos um intérprete que nos fosse descrevendo tudo aquilo que nos rodeia ou coisas que a gente pudesse tocar.

Joana – Agora passando a algumas barreiras que pode sentir enquanto turista com deficiência visual. Por exemplo, já sentiu algum tipo de dificuldade por causa de barreiras arquitetónicas nas suas viagens?

A – Não. Neste caso, como ia sempre acompanhado havia sempre a facilidade de alguém me desviar de algumas coisas. Agora para quem anda de cadeira de rodas e assim, sim há bastantes.

Joana – E a nível dos funcionários e da forma como estes o tratam como turista com deficiência visual?

A – Nas viagens que eu tenho feito, e mesmo não entendendo inglês, as pessoas eram super simpáticas e sempre cuidadosas a explicar as coisas. No avião até nos pegavam na mão a dizer onde estavam as coisas, por exemplo o salva vidas, etc. Se calhar também devido um pouco à formação que agora vão tendo. Acredito que isso ajude bastante depois a conseguirem lidar connosco. Agora em alguns sítios sim, é difícil. Não tendo formação e não estando habituados a ter pessoas com algum tipo de deficiência, é difícil sim, acabam por não saber como abordar a pessoa.

Joana – E a nível da informação? Para planear as suas viagens tem dificuldade em aceder à informação?

A – Nem todos os sites são acessíveis, por isso é que muitas vezes o ir acompanhado com comitiva acaba por se tornar mais fácil, porque há pessoas que veem e conseguem contornar melhor isso. Agora sozinho seria muito mais difícil.

Joana – E sente que recebe sempre serviços e tem sempre experiências de qualidade enquanto turista ou nem sempre isso acontece?

A – Nos sítios em que já estive e já estive em sítios que acabam por ter condições, digamos, piores que as nossas, já estive no Uzbequistão e as condições lá são muito piores que as nossas mas, mesmo assim, conseguiu-se andar por lá e conseguiu-se fazer as coisas que tínhamos de fazer. Mas nota-se logo a diferença, de país para país nota-se logo a diferença nalguns mesmo a nível da abordagem nota-se, nota-se a diferença. Acaba-se por ter alguma dificuldade porque as condições são diferentes.

Joana – E não sei se alguma vez já repetiu algum destino turístico. Mas se já repetiu ou se algum dia repetisse seria pelas características de acessibilidade e pelo facto de não existirem tantas barreiras?

A – Como disse nunca tive assim grandes dificuldades em termos de acessibilidades. Óbvio que há países que eu gostaria mais de visitar do que outros. Eu gostei de ir ao Dubai pela própria experiência em si, pelo clima, pela abordagem das pessoas, gostei bastante. Penso que vai um pouco daquilo que nós sentimos ao ir. Há sítios que eu detestei e não é um sítio a repetir não pela abordagem das pessoas mas pelo facto de que ir lá não me trás nada de novo.

Joana – Sei que já disse que não teve muitas más experiências no turismo mas sente que o turismo ainda tem muito a evoluir no que toca a compreender as necessidades do turista com deficiência visual?

A – Sem dúvida nenhuma. Quer a nível interno, quer a nível externo.

Joana – E em que aspetos?

A – Formação das próprias pessoas, saber como abordar e não ter medo de abordar a pessoa com deficiência, saberem como explicar. E depois tem uma coisa ou as fazem este trabalho com empenho ou com dedicação ou então senão fazem nunca vai dar resultado. Se as pessoa fazem só por estar a trabalhar nunca dá muito bom resultado.

Joana – E sente que este desenvolvimento tem sido maior em Portugal ou no estrangeiro?

A – Depende do país e varia muito de país para país. Mas, em Portugal noto em alguns sítios que eu tenho ido que tem evoluído graças se calhar à formação que as pessoas vão tendo e à informação que as pessoas vão tendo.

Joana – E agora gostava de saber se tem assim alguma estratégia que utilize para combater as vulnerabilidades que pode sentir.

A – Eu tenho a sorte de me conseguir adaptar facilmente às coisas. Nem toda a gente tem a mesma facilidade ou está na mesma situação o que acaba por limitar e dificultar mais a vida da pessoa. Agora eu consigo adaptar-me facilmente às coisas, tenha boas condições ou más condições eu vou-me adaptando.

Joana – E como é que algumas experiências negativas que já experienciou o fizeram sentir?

A – Isto está mais relacionado propriamente com a minha deficiência do que com o que fui tendo ou não tendo. Às vezes sinto falta da visão porque gostava de ver certas em certos países e isso limita-me um bocado e deixa-me um bocado frustrado, não propriamente pela forma como sou tratado mas sim, por às vezes me fazer mesmo falta ter um bocado de visão para conseguir ver certas coisas.

Joana – E assim terminamos a nossa entrevista. Mais uma vez agradeço-lhe pela ajuda.

Apêndice 10:

Entrevistado – Joana Moreira

15 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Para começarmos gostaria que se apresentasse, disse-se o seu nome, a sua idade, a sua profissão, o seu nível de escolaridade e gostaria de saber se nos poderia falar um bocadinho da sua deficiência visual.

JM- Sou a Joana, tenho 42 anos sou formada em psicologia clínica e neste momento estou no fundo de desemprego. Basicamente a minha deficiência é uma deficiência visual e sou portadora de uma doença de retina degenerativa em que o principal sintoma é uma perda acentuada da visão que se tem vindo a acentuar ao longo do tempo e sensivelmente nos últimos 5 anos foi quando eu tive a perda mais acentuada, mais significativa. Portanto eu atualmente ainda consigo utilizar algum resíduo de visão nas tarefas, mas basicamente posso ser considerada uma pessoa cega.

Joana – Agora passando aqui ao seu perfil enquanto turista. Eu gostava de saber mais ou menos quantas vezes por ano é que viaja.

JM- A nível nacional talvez 3 ou 4 vezes por ano. A nível internacional em média 1 vez por ano.

Joana – E gosta mais de viajar dentro do país ou para o estrangeiro?

JM- É indiferente.

Joana – E nas suas viagens prefere viajar acompanhada ou sozinha? Não sei se alguma vez já viajou sozinha.

JM- Depende dos meus objetivos. As vezes que viajo sozinha, no fundo, no destino eu nunca estou sozinha eu tenho sempre mais ou menos alguém conhecido mesmo que não esteja totalmente disponível para mim eu consigo arranjar maneira de usufruir de alguma forma de algumas coisas, fazendo um planeamento prévio claro.

Joana – E o que é que a motiva a viajar?

JM- Gosto de conhecer novas coisas, gosto de novas experiências, conhecer novas pessoas, culturas diferentes, hábitos diferentes. Basicamente é isso, é vontade de novas experiências.

Joana – Na pergunta anterior mencionou planeamento. Quando viaja as suas viagens são planeadas até ao mais pequeno pormenor ou são mais espontâneas?

JM- É até ao mais pequeno pormenor.

Joana – E alguma vez teve de gastar mais dinheiro para ter acesso a mais acessibilidade e conseguir satisfazer as suas necessidades enquanto turista?

JM- Posso dizer que sim.

Joana – Em que sentido?

JM- Com a experiência vou percebendo que as planificações têm de ser mais ajustadas à realidade isto é, sendo que a realidade normalmente trás sempre alguma surpresa. Algum serviço que não funciona e temos de ter um plano B e às vezes requer realmente gastar mais dinheiro, alguma deslocação em algum meio de transporte mais dispendioso, sim, de vez em quando acontece.

Joana – Agora falando a nível das barreiras que pode encontrar no turismo. Alguma vez sentiu desafios a nível das barreiras estruturais, por exemplo nos hotéis?

JM- Sim, sinto em quase todos. Se não for ter acesso aos recursos humanos, a contar com a ajuda dos funcionários para coisas, as coisas não estão nada preparadas para nós. Portanto sinto dificuldade em tudo.

Joana – Na minha pesquisa uma das barreiras mais mencionadas está relacionada com os funcionários e com o facto de estes não estarem preparados para acolher os turistas com deficiência. Também sente essa dificuldade?

JM- Sim, sim. Há uma falta de formação generalizada pelo staff destes sítios, dos hotéis, tudo o que seja, há uma falta de formação generalizada. Há é muito boa vontade.

Joana – A nível da informação, quando procura informação para planear as suas viagens, também sente dificuldades em encontrar estas informações? Também porque muitos dos sites não são acessíveis não é?

JM- Sim, às vezes há algumas dificuldades em nós sabermos onde procurar a informação. Eu normalmente vou tentando ler fóruns, blogues, assistir canais de Youtube, páginas de outros viajantes e eu aí sinto que nos dão orientações mais fidedignas, mais realistas porque os sites de outros sítios não são muito fáceis, até mesmo às vezes para conseguir marcar datas em hotéis às vezes abrem os calendários em pop-ups que para nós e para nós às vezes aquilo é um deus nos acuda. Às vezes temos mesmo de recorrer ao telefone e marcar diretamente com as pessoas dos sítios.

Joana – E sempre viajou sente que na maioria das vezes teve uma experiência de qualidade ou sentiu que o setor do turismo ainda negligência muito ou põe de parte o turista com deficiência visual?

JM- Sim, ainda põe muito de parte, ainda é um bicho de sete cabeças pessoas com algum tipo de deficiência viajarem sozinhas. As pessoas ainda ficam muito admiradas quando eu viajo sozinha para algum lado ou mesmo os serviços de acompanhamento nos aeroportos ou táxis ou assim, as pessoas ficam muito admiradas com o facto de viajarmos sozinhos e as coisas, de um modo geral, não estão nada preparadas para nós.

Joana – E já repetiu algum destino turístico por este ter maiores níveis de acessibilidade ou nunca teve essa necessidade?

JM- Não, acho que nunca repeti destinos por essa razão.

Joana – Mas repetiria? Poderia ser uma das razões para repetir?

JM- Repetiria, sim.

Joana – E o que é que esses destinos tinham que a quisessem fazer voltar?

JM- Proporcionam autonomia total à pessoa. Portanto um sítio onde me sinto autónoma para tomar as minhas decisões. Repetiria muitas vezes esses destinos em que me senti bem acolhida, bem acompanhada. É claro que, em nenhum destino eu senti... foi como falamos há pouco e eu tenho de reforçar isto a sensação que eu tenho e das minhas experiências é que nós temos sempre de gastar mais dinheiro que uma pessoa que não tenha deficiência nenhuma. Para mim é uma utopia e não existe termos acesso ao turismo ao mesmo preço que uma pessoa que não tenha problema nenhum porque é muito arriscado, é muito pouco seguro nós irmos. Quer dizer imagine ir daqui para a Tailândia, apanhar comboios sozinha, quer dizer por mais que eu me preparasse bem, tentasse dominar a língua local e tentasse informar-me, não dá. Quer dizer dar daria, mas seria muito complicado e difícil de prever algumas situações portanto na minha opinião vai ter sempre de haver algum custo extra associado a uma viagem acessível. Agora esses custos é que podem ser ajustados, não precisam de ser exorbitantes.

Joana – E sente que o turismo ao longo dos anos melhorou nesses aspetos ou não sente qualquer tipo de diferença a nível da acessibilidade?

JM- Acho que melhorou, acho que melhorou. Eu viajo há muitos anos e eu noto que tem havido pelo menos nos momentos em que transito em aeroportos e isso tudo, eu noto que cada vez mais há pessoas com deficiências a viajar, a moverem-se e isso é muito interessante e é muito positivo.

Joana – E como é que todas as experiências negativas que já viveu como turista a fizeram sentir?

JM- Deram-me um banho de realidade. Nós até estamos bastante bem aqui no nosso micro sistema europeu, até estamos bastante bem. Em alguns países da América Latina

simplesmente as coisas não existem, não funcionam nem sequer são pensadas como serviços de assistência em aeroportos, há aeroportos simplesmente não têm e são questões que nem as próprias companhias aéreas sabem dar resposta. É a imprevisibilidade de certos países subdesenvolvidos que pronto é o que é. Até me dá uma sensação de perspectiva que embora haja muito a fazer ainda em qualquer sítio, aqui na nossa dimensão europeia até estamos bastante bem e em Portugal também. Atenção, estamos bem mas não estamos totalmente bem. Temos muito trabalho a fazer, muitíssimo, principalmente em termos de infraestruturas, hotéis, pousadas, está tudo muito atrasado em termos de acessibilidades mas, há sítios que estão muito piores.

Joana – E o que é que poderia ser feito a nível das infraestruturas para melhorar?

JM- Eu acho que era preciso as administrações desses complexos turísticos terem a preocupação de consultarem empresas ou entidades que possam prestar esses serviços de consultoria e investirem, realmente perceberem que é um investimento que vai ter retorno se fizerem adaptações físicas e não só, de todos os lugares e das informações e adaptações informativas para quem domina braille por exemplo, com informação em braille ou com QR codes que nós possamos, que nós pudéssemos ter acesso a informação descritiva do espaço, dos quartos, dos serviços, da piscina, etc. Pronto, haver uma preocupação maior e um investimento nessa área das acessibilidades. Se eu encontrasse um hotel, uma pousada, qualquer coisa do género que eu me sentisse totalmente segura para ir um fim de semana sozinha, foi como lhe disse há bocado, eu iria lá várias vezes porque eu gosto de viajar, gosto de sair de vez em quando da rotina, da minha casa, espairecer, mudar de ares e se eu pudesse ir sozinha isso era incrível percebe? As administrações e os proprietários dessas estruturas de turismo teriam um público novo, teriam mais clientes e mais income, mais retorno financeiro.

Joana – E por fim, eu queria saber quais são algumas das estratégias que utiliza para combater as estratégias que pode encontrar no turismo. Por exemplo, há bocadinho falou-me do planeamento que faz e podemos considerar isso uma estratégia para não encontrar tantos problemas quando chegar ao destino.

JM- Olhe com a experiência eu percebi que há duas coisas que não podem falhar nunca que é bateria no telemóvel e ter sempre dinheiro extra, dinheiro em papel porque há muitos sítios em que os cartões não funcionam, não temos acesso à internet, falando em viagens internacionais. Essa preparação veio com a experiência, de resto é tentar combater essas falhas que possam haver, é confirmar duas vezes as coisas ou com os hotéis ou com os transportes, evitar situações de risco, desnecessárias, portanto eu prefiro muito mais chegar a um destino e pagar táxi do que estar a ir de comboio para um sítio que não conheço. Portanto, evitar situações que possam correr mal, jogar sempre pelo seguro. É claro que isto depois, como eu lhe disse, requer às vezes gastos extra, mas que para mim servem para promover a minha tranquilidade e a minha serenidade que é o objetivo de viajar, as pessoas desfrutarem e estarem sem preocupações.

Joana – Bem , por mim terminamos. Obrigada pela sua ajuda.

Apêndice 11:

Entrevistado – Paulo Jesus

15 de novembro de 2023 via chamada telefônica

Joana – Para começarmos gostava primeiro que se apresenta-se. Dissesse o seu nome, idade, profissão, nível de escolaridade e gostaria que falasse um bocadinho da sua deficiência visual.

PJ – Paulo Jesus, tenho 48 anos e sou deficiente visual faz agora 21 anos. Tenho um pequeno resíduo visual, mais ou menos 5% no olho direito. Sou presidente de uma associação de cegos já há 14 anos. Tenho uma vida preenchida e ativa, tenho família, amigos, tenho tudo e não me posso queixar. Estou completamente integrado e aceitei o problema que no fundo quem tem este tipo de problema quando aceita a vida torna-se mais fácil que foi o que eu fiz. Por isso não vejo mas não é uma coisa que me atormente ou que me crie ansiedade, já estou habituado e faço vida normal como toda a gente apenas com algumas limitações.

Joana – Agora passando ao seu perfil enquanto turista. Eu gostava de saber quantas vezes viaja quer a nível nacional quer a nível internacional.

PJ – Internacional não viajo há muito tempo, mas normalmente vou passar sempre 1 ou 2 vezes férias. Vou sempre à Serra da Estrela que tem lá uma pessoa amiga e depois no verão é Algarve ou até Bragança depende mas normalmente em Portugal faço sempre férias 1 vez assim para hotel e outra para casa de um amigo. A única experiência que posso falar internacional foi quando eu fui ao México e eles também têm muita acessibilidade em relação a nós, por acaso têm, fiquei surpreendido, fiquei surpreendido.

Joana – E já alguma vez viajou sozinho?

PJ – Eu tenho bengala, uso bengala se tiver que por exemplo, quando eu fui para o México tinha lá uma pessoa há minha espera. Fui com a minha irmã até ao aeroporto, fiz o check-in, depois lá existe total apoio a pessoas como nós. Vieram-me buscar ao check-in até à sala de embarque, meteram-me no avião e depois cheguei lá e também tinha uma pessoa à espera para me ir buscar ao avião e levaram-me até ao terminal de saída e estava lá outra pessoa há minha espera. É simples, completamente simples porque agora já há muita ajuda, não nos mandam desenrascar, há apoio e essas coisas para nos ajudar. Até mesmo quando comprava os bilhetes existia algum apoio.

Joana – Mas mesmo assim, apesar de haver esse apoio todo, prefere viajar acompanhado pela família e amigos?

PJ – É assim, umas férias convém sempre ser acompanhado. No meu dia a dia é que ando mais sozinho, em férias é sempre com familiares ou amigos.

Joana – E o que é que o motiva a viajar?

PJ – O que me motiva por um lado é o descanso que também, que a gente também tem de vez em quando de descansar a cabeça acima de tudo e também eu gosto de ir à praia, apanhar

um solinho, uma piscina, essas coisas. No fundo é para a gente aliviar para carregar baterias porque vem mais um ano pela frente entre aspas.

Joana – E alguma vez, nas viagens que já fez, teve de gastar mais dinheiro para ter mais acessibilidade?

PJ – Não, não de modo algum. A ser assim nós cegos, às vezes, obviamente que às vezes chamamos ou um uber ou um táxi simplifica a vida porque não temos carro.

Joana – E quando planeia as suas férias elas são planeadas até ao mais pequeno pormenor ou é mais espontâneo?

PJ – É espontâneo. Normalmente a gente olha e este ano vamos para o Douro então vamos encontrar no Douro alguma coisa que nos agrada uma casa ou até um hotel, esse tipo de coisas. Depois obviamente a acessibilidade. Eu como tenho uma associação de cegos também tenho de olhar essas coisas porque é importante, mas ao mesmo tempo vejo que cada vez mais vê-se as pessoas a preocuparem-se com isso, pelo menos é essa a perceção que eu tenho e daquilo que eu vejo.

Joana – Alguma vez sentiu dificuldades a nível arquitetónico ou estrutural? Por exemplo nos hotéis ou nos sítios em que ficou hospedado?

PJ – Por exemplo ainda há dois anos fui a Albufeira passa férias, eu e mais dois amigos, e obviamente que não tinha acessibilidade ou seja, se eu quisesse fazer o check-in ou ir para a piscina só tinha escadas, não tinha uma rampa para cadeira de rodas, tinha um varão, mas se eventualmente fosse uma pessoa de cadeira de rodas ia ser complicado. Encontra-se algumas barreiras. Entretanto já fui a outros sítios e já vi muita acessibilidade. O que me dá a entender é que isto é um passo gradual. Eu quando vou falo e brinco e a perceção que me dão é que as pessoas querem mas às vezes com a estrutura tronar-se complicado haver essa mudança.

Joana – Na minha pesquisa, uma das principais barreira que aparecia em quase todos os estudos era a nível dos funcionários que não sabem lidar com pessoas com deficiência.

PJ – Não estão qualificados para lidar com pessoas com deficiência.

Joana – Sim. Sente isso também nas suas viagens?

PJ – Eu não sinto. Poderá haver mas eu não sinto. Eu sou uma pessoa espontânea, divertida e estou sempre a brincar e essas coisas então normalmente fazemos logo amizade com os funcionários e correu tudo muito bem. Agora a arquitetura não tinha muita acessibilidade, agora as pessoas foram afáveis. Agora por exemplo, eu às vezes vou a um sítio para comer um peixe e peço para lhe tirarem a espinha, há restaurantes que até fazem isso com muito gosto agora outros até torcem o nariz. Lá está, vai da pessoa ou está qualificada sobre o que é melhor para nós ou não está qualificada e não tem essa noção. Agora sim, às vezes sinto isso mas acho que é mais ignorância do que outra coisa.

Joana – Então nas suas experiências enquanto turista nunca se sentiu posto de parte pelo turismo por ter uma deficiência?

PJ – Não, porque eu estou sempre acompanhado e não dá para verem que eu tenho um problema. Às vezes estou eu a chegar e eles já estão a tratar das coisas. Agora, eu falo por mim, 90% das pessoas são pessoas acessíveis, são pessoas que entendem, são pessoas compreensivas e gostam de ajudar. Agora aqueles 10% deixam a desejar pela agressividade, pela ignorância, essas coisas.

Joana – Apesar de ter muitas experiências positivas no que toca ao turismo sente que ainda existe um grande trabalho pela frente principalmente a nível estrutural certo?

PJ – Sim, sim, sim. A nível da arquitetura e também a nível da formação das pessoas, isso também se nota às vezes. Agora que a gente não ache isso tão relevante ou até ignoro para não me chatear.

Joana – E já repetiu algum destino por este ser acessível?

PJ – Normalmente a gente gosta de conhecer coisas novas por exemplo, se este ano vou para albufeira se calhar para o outro ano vou para Vilamoura no fundo para conhecermos mais um bocado.

Joana – Mas na eventualidade repetiria um destino pela acessibilidade?

PJ – Sim, imagine que se a minha esposa fosse como eu e tudo obviamente que íamos os dois e tínhamos de pensar efetivamente nessa acessibilidade que é para depois também não termos problemas. Por exemplo na marcação ressalvar aos funcionários que é um casal cego, para ter esse cuidado, obviamente que teria isso em conta. Agora como vou com pessoas que veem não reparo nisso porque se tiver alguma dificuldade eles ajudam-me. Mas ainda há muita barreira pela frente.

Joana – E como é que a falta de acessibilidade e alguma experiência mais negativa que possa ter vivido enquanto turista o fizeram sentir?

PJ – É assim, de repente que me lembre não estou a ver assim nada de relevante ou que me martirizasse. Até poderá ter acontecido mas não estou mesmo a ver ou seja, se foi não foi uma coisa assim tão grave ao ponto de eu ficar marcado.

Joana – E para terminarmos gostaria de saber se tem assim alguma estratégia que utilize para combater vulnerabilidades que possa encontrar ao longo das suas viagens.

PJ – Isso nós temos sempre aquelas coisas anti defesa, ou seja, eu tenho um pequeno resíduo visual mas eu às vezes não preciso de ver as coisas para saber onde estão aquelas coisas porque é tanto ano assim que agente começa a criar estratégias próprias que fazem com que a gente se consiga pronto desenrascar-se porque está habituado aquele sistema e é tudo daquela maneira.

Joana – Muito bem, a nossa entrevista terminou. Obrigada mais uma vez pela sua disponibilidade.

Apêndice 12:

Entrevistada – Gabriela Teixeira

16 de novembro de 2023 via chamada telefônica

Joana – Para começarmos gostava que fizesse uma breve apresentação sua nome, idade, profissão, nível de escolaridade e gostaria que nos falasse um bocadinho sobre a sua deficiência visual.

GB – O meu nome é Gabriela Teixeira, tenho 41 anos tenho Mestrado em Letras na área da tradução literária mas nunca exerci tradução exatamente por causa da minha condição visual. Eu nasci com cataratas, portanto sempre tive baixa visão só que, no ano em que eu estava a preparar a defesa da minha tese de Mestrado, eu tinha 28 anos e caiu-me uma “bomba”, como eu costumo dizer, nas mãos, foi-me diagnosticado um glaucoma não sei se sabe o que é mas é, o nome que se dá a todos um conjunto de alterações que acontecem no nervo ótico, portanto é uma doença degenerativa e que é a segunda maior causa de cegueira em todo o mundo sendo que a primeira são as cataratas. E portanto o glaucoma tem vindo a deteriorar a minha qualidade de visão e isso afeta bastante a minha vida inclusive em termos profissionais porque são mais os não que eu recebo do que os sim por isso em termos profissionais eu tenho uma carreira muito precária. O meu último projeto foi a trabalhar na área da comunicação com um festival, o festival terminou e eu neste momento não tenho nenhum projeto em mãos.

Joana – Agora entrando mais em perguntas sobre o seu perfil enquanto turista. Eu gostava de saber quantas vezes por ano é que viaja a nível nacional e internacional.

GB – É assim, não lhe sei dizer ao certo quantas vezes mas, garantidamente, sei lá, garantidamente até umas 5 vezes é provável que o faça e mais dentro do país, atualmente. A última vez que viajei para fora do país foi no ano passado para Madrid.

Joana – E as suas viagens são feitas sempre acompanhadas ou alguma vez viajou sozinha?

GB – Eu já andei de avião sozinha, mas foi para me ir encontrar com pessoas. Portanto, eu nunca fiz uma viagem solitária, aquelas de mochila às costas e vou fazer uma semana fora. Não, não, nunca.

Joana – O que é que a motiva a viajar?

GB – Sou uma apaixonada principalmente aqui pela Europa, adoro culturas diferentes, ouvir línguas diferentes. Sou mesmo fascinada por conhecer coisas novas e também no meu caso, como estou progressivamente a perder a visão, mas ainda tenho algum resíduo visual é aquela vontade de criar memórias, percebe? É aquela ideia de não saber se daqui a um ano se poderei ver assim ou não e então é, como eu costumo dizer, tirar fotografias com a minha memória.

Joana – E quando planeia as suas viagens é até ao mais pequeno pormenor ou as suas viagens são mais espontâneas?

GB – Acima de tudo por uma questão financeira, porque não tenho de todo uma situação financeira estável, requer-me um planeamento mais cuidado.

Joana – E alguma vez gastou mais dinheiro para ter mais acessibilidade e para satisfazer as suas necessidades enquanto turista?

GB – Sinceramente que me lembre não. Acho que neste momento não tenho assim nenhuma necessidade assim mais específica.

Joana – Alguma vez sentiu barreiras a nível estrutural, da arquitetura?

GB – Sim, pelo menos os hostels onde eu fico tendem a ter muitas escadas e quando não se vê bem há uma maior dificuldade de nos movimentarmos em locais que desconhecemos. Portanto aquilo que já me aconteceu foi deparar-me com problemas a nível de luz, não haver luz suficiente nas escadas. Mas como vou sempre acompanhado tendo sempre a apoiar-me na pessoa que vai comigo. Mas a questão da luz é importante sim.

Joana – E a nível da informação? Disse-me que fazia um planeamento muito grande das suas viagens, consegue sempre encontrar a informação que precisa ou esse também é um problema? Também porque muitos dos sites não são acessíveis.

GB – Eu para já não uso leitores de ecrã, eu mexo na resolução do computador e portanto tenho a letra aumentada. O que acontece é que muitas das minhas viagens eu preparo-as, planeio-as juntamente com a pessoa que vai comigo e, normalmente são pessoas que veem muito melhor do que eu, ou seja, acabam por me apoiar nesse aspeto.

Joana – E a nível dos funcionários? Alguma vez sentiu que estes a tratavam de forma diferente?

GB – Não, de forma diferente não. Mas é inevitável não reparar em certos olhares um bocadinho mais indiscretos, mas não é só nos funcionários é em toda a gente. Tenho uma graduação um pouco mais forte portanto não consigo disfarçar que tenho uma dificuldade visual.

Joana – Mas sente que os funcionários estão preparados para lidar com os turistas com deficiência visual ou sente que ainda há um grande trabalho pela frente?

GB – Há sempre margem para melhorar. Acho que a maior parte das pessoas não sabe lidar com a deficiência no geral, não só com a visual. Mas não lhe posso dizer especificamente se alguma vez aconteceu comigo porque, por exemplo, se tive de assinar alguma coisa num hostel pedi para a pessoa me apontar onde era porque eu não via e nunca ninguém foi menos simpático comigo.

Joana – Então, no geral, as suas experiências sempre foram positivas, nunca teve assim uma experiência mais negativa?

GB – É isso a nível de hotéis ou hostels, que eu me recorde não, não tenho.

Joana – E não sei se já repetiu algum destino mas se repetiu foi pela acessibilidade? Ou se nunca repetiu, repetiria um destino pelas condições de acessibilidade?

GB – Lisboa é uma cidade que eu de vez em quando vou lá e gosto de ir apesar de me deparar com as imensas escadarias e as ruas em mau estado pronto e no entanto eu gosto de ir lá porque ainda há tanto a conhecer da cidade e porque tenho lá bons amigos. Eu acho que eu nunca fui a nenhum sítio pela acessibilidade, acho que não.

Joana – E agora só para terminarmos, há bocadinho falou-me no facto de se apoiar muito nas pessoas que vão viajar consigo e essa pode ser vista também como uma estratégia que utiliza para sentir menos problemas no turismo. Tem assim alguma coisa que faça para diminuir a vulnerabilidade que pode sentir quando viaja?

GB – Prefiro andar mais de dia do que de noite, por exemplo, para mim é muito mais fácil embora também goste de, de vez em quando ir a um bar e afins, também ando de noite mas, em turismo, dou sempre preferência por andar de dia porque me é mais confortável. De resto, para já, não tenho assim mais nada.

Joana – Sim, também pode ser muito pelo facto de ter maioritariamente experiências positivas não é? Acho que é ao longo das experiências que vão tendo que vão adquirindo essas tais estratégias.

GB – Sim, porque é como eu lhe digo, no meu caso ainda tenho um certo resíduo visual portanto para já, por exemplo, quando quero ler alguma coisa eu tenho uma aplicação de lupa no telemóvel, portanto consigo aumentar a letra do texto e portanto consigo ler. Caso não consiga também não tenho qualquer problema em perguntar, não sou uma pessoa acanhada portanto não me sinto inferior em abordar as pessoas e dizer que não consigo ver para me ajudarem. Sei que tendo a andar um bocadinho mais devagar exatamente porque como lhe disse, quando se vê mal, os sítios que não conhecemos são ainda mais estranhos portanto andar muito rápido a possibilidade de poder tropeçar numa pedra que não vi é muito elevada. Ah, quando me falou de experiências negativas no turismo estávamos a falar só de hotéis mas então eu vou-lhe dar uma experiência bastante negativa que não tem haver com o turismo mas tem haver com algo que já foi bastante falado, tem haver com as trotinetes. Em Braga, eu estive quase a tropeçar numa que estava quase no meio da rua. Não a vi e felizmente ia acompanhada e a pessoa impediu que o acidente conhecesse. Esse é um grande problema porque as pessoas não têm civismo de as estacionar em locais que não perturbem não só quem vem mal mas também pessoas idosas.

Joana – Bom a nossa entrevista terminou. Obrigada pela sua ajuda.

Apêndice 13:

Entrevistada – Ana Andrade

21 de novembro de 2023 via Zoom

Joana – Gostava que fizesse uma pequena apresentação sua. Que dissesse o seu nome, idade, nível de escolaridade, profissão e que nos falasse também um bocadinho da sua deficiência visual.

AA – Ok. O meu nome é Ana Andrade, tenho 34 anos, sou psicóloga, sou Mestre em Psicologia e neste momento sou coordenadora operacional do núcleo da Madeira da ACAPO. Relativamente à deficiência visual sou cega por causa de um glaucoma congênito, portanto sou cega desde sempre.

Joana – Eu gostava de saber quantas vezes por ano é que viaja, mais ou menos.

AA – Depende. Este ano já viajei duas vezes, por exemplo. O ano passado acho que foram três. Mas depende. Depende um bocadinho dos anos. Mas se pegarmos este ano como exemplo já saí duas vezes.

Joana – E gosta mais de viajar a nível nacional ou internacional?

AA – Bem, normalmente, é assim, eu vivi três anos em Braga e portanto quando estava em Braga era muito mais fácil viajar. Como eu sou da Madeira às vezes era mais difícil conseguirmos um voo, não é tão prático conseguir sair com tanta facilidade. Quando fui para Braga acabou por ser mais fácil conseguirmos ir a vários sítios na Europa. Mas também viajei em alguns pontos do país. Diria que habitualmente é mais Europa, mais cidades europeias, mas também não deixo de visitar a nível nacional.

Joana – E quando viaja prefere viajar sozinha, se já viajou sozinha, ou acompanhada?

AA – Normalmente viajo com um grupo, não grupos muito grandes e normalmente são amigos ou família. Nunca grupos muito grandes.

Joana – E o que é que a motiva a viajar?

AA – Conhecer culturas diferentes, cidades diferentes, a gastronomia também mas mais a cultura e o facto de serem cidades diferentes.

Joana – E na altura de planear uma viagem. Esse planeamento é até ao mais pequeno pormenor ou as viagens são mais espontâneas?

AA – Normalmente, faço sempre muita pesquisa dos sítios para onde vou para ver o que tem, sítios a visitar, até algumas sugestões que possam surgir para irmos a algum sítio comer. Faço uma espécie de guia mas depois quando chegamos aos lugares é um pouco espontâneo ou porque nos lembramos de começar um dia ao contrário, nunca seguimos exatamente o plano.

Joana – E costuma gastar dinheiro para ter acesso a mais acessibilidade nas suas viagens?

AA – Não propriamente. Normalmente o que eu faço é perceber o que é que os outros países têm que diferencie em termos de acessibilidade. Normalmente os museus que já visitei têm os áudio-guias que é algo que não é necessário pagar mais por isso. Mas normalmente também não procuro um alojamento com mais ou menos acessibilidade porque no meu caso não faria muita diferença. Claro que para uma pessoa com mobilidade reduzida é normal que tenha mais atenção à questão da acessibilidade do alojamento e se calhar aí seja mais difícil porque as opções são mais limitadas. No meu caso não me faz tanta diferença, digamos assim. Tenho é muita curiosidade por saber o que é que existe de diferente nos outros países em termos de acessibilidade que possa ser interessante partilhar com as pessoas o facto de existir algumas particularidades que possam ser úteis para outras pessoas que depois queiram visitar os mesmos sítios.

Joana – E dessas diferenças quais é que acha que são aquelas mais significativas entre Portugal e os outros países?

AA – Tendo em conta que a última cidade que visitei foi Estocolmo, bom a principal diferença que se nota muito é ter identificação em braille em diversos sítios, seja a identificar casas de banho, a identificar elevadores, a identificar todas as máquinas multibanco, as máquinas de compra de bilhetes de comboio estão identificadas em braille, há piso tátil, talvez não haja em todas as passadeiras porque eu percebo que não seja possível, mas onde há piso tátil este é bastante fácil de identificar. Por exemplo, na estação de comboios o piso está sempre direcionado para as saídas ou para a entrada da zona da plataforma e é fácil de seguir o piso e de perceber para onde estamos a ir. Os semáforos diria que 98% das passadeiras por onde passei tinham também sinais sonoros para identificar que é ali a passadeira, para identificar quando é a vez dos peões passarem ou dos carros andarem e tinha também um terceiro som em zonas onde passava o metro de superfície. Isto facilita e muito a nossa perceção das passadeiras ok, posso não ter até um piso tátil identificado a dizer onde está a passadeira mas pelo som sei que a passadeira é exatamente ali e isso ajuda imenso. Isto acontece em Estocolmo mas também em Praga, na República Checa também é assim. Mas é sobretudo estes pormenores, que é algo significativo para uma pessoa com deficiência visual para se deslocar e são pormenores interessantes que eu pelo menos dou atenção para depois partilhar com outras pessoas e para percebermos como é a acessibilidade em diferentes países.

Joana – Há pouco disse-me que fazia muita pesquisa mas que depois as suas viagens se tornavam mais espontâneas. Mas, a nível da informação consegue encontrar sempre a informação que procura ou sente algum tipo de dificuldade também pelo facto de nem todos os sites serem acessíveis?

AA – Eu normalmente o que faço é procurar muita informação em sites que sejam tipo blogues de viagem e aí o que acontece é que as pessoas, o facto de escreverem muito quase que não é... ok há muitos que têm imagens e quando tem imagens a pessoa quase que não percebe o que é que é, de que é que se trata, mas muitas vezes as pessoas acabam por fazer sempre uma descrição que a imagem para mim não me faz falta. Como uso muito esses sites não sinto muita dificuldade. Às vezes sinto mais dificuldade se tentar entrar num site de reservas. O Booking é um pouco difícil, um pouco confuso, mas sim alguns é mais difícil, nesse sentido é mais difícil. Mas os blogues de viagem onde até já se encontra guias de

viagem e sugestões e assim, como faço por aí não tenho muita dificuldade em encontrar informação.

Joana – E a nível dos funcionários? Sente que é tratada de outra maneira ou que eles não têm a capacidade ou o treino para lidar com os turistas com deficiência visual?

AA – É assim, eu já viajei sozinha e nunca tive problemas por exemplo no aeroporto ou no sítio onde vou ficar hospedada. Mas sei que há países em que, ultimamente, há pessoas que estão a ter alguns problemas com as assistências. Mas, normalmente, nunca tenho grandes problemas. Às vezes independente de estar a viajar ou não sozinha, a tripulação faz-nos o reconhecimento do espaço, mostram-me a casa de banho mais próxima, onde está a campainha, esse género de informação e já me forneceram essa informação acompanhada ou sozinha portanto por aí não. Em termos de sítios eu normalmente como vou para alojamentos locais, não tenho propriamente contacto com funcionários, a verdade é essa. Em termos de restauração depende, há sítios em que as pessoas são mais preparadas e dão-nos mais informação. As pessoas tentam agir o mais normal e natural possível depois se fazem tudo bem ou não depende. Sei que há pessoas que viajam sozinhas e até têm alguns problemas com os funcionários dos hotéis que têm dificuldade em descrever o espaço mas eu por acaso nunca senti essa dificuldade talvez porque nunca fui propriamente sozinha.

Joana – Então sente que quando viaja tem sempre experiências positivas maioritariamente certo?

AA – Maioritariamente sim.

Joana – Há bocadinho falávamos da acessibilidade. Já repetiu algum destino pela acessibilidade?

AA – Não, nunca repeti mas tenho de repetir algumas sim. E se repetir diria que Praga é uma delas, Estocolmo também fiquei fascinada com a acessibilidade. Eventualmente estas duas. Até porque em Estocolmo não tive a oportunidade de visitar nenhum museu e tenho muita curiosidade em perceber como é a acessibilidade dentro dos museus.

Joana – E sente que desde que começou a viajar o setor do turismo tem evoluído cada vez mais para aceitar o turista com deficiência visual ou sente que ainda é um processo muito longo?

AA – É assim, se nós pensarmos no nosso geral, no nosso dia a dia, mesmo em Portugal, ainda há muito para fazer, muito mesmo independente de sermos turistas ou de sermos residentes ainda há muita coisa por fazer. Claro que, se nós fizermos a pensar nos residentes claro que vamos estar a beneficiar os turistas e, por exemplo, no caso da Suécia eu reparei muito nisto eles pensaram em tudo para os residentes e não propriamente para os turistas até porque as indicações estavam todas em sueco, portanto eles não estavam propriamente a pensar nas pessoas que iriam visitar e sobretudo e em primeiro lugar, e bem, nas pessoas que lá vivem. Portanto eu acho que se cada país se preocupar com a acessibilidade dos seus, há partida também está a garantir a acessibilidade de quem vem de fora e portanto o primeiro passo seria sempre pensar o que é que podemos fazer para melhorar a acessibilidade das nossas pessoas. E sim, há muita coisa por fazer, muita mesmo.

Joana – Sei que me disse que as experiências de turismo foram maioritariamente positivas mas gostava de saber como é que alguma experiência mais negativa que já teve a fez sentir.

AA – Bom há uma cidade europeia, só há uma cidade europeia que sei que não tenciono voltar. Não foi uma experiência que correu muito bem por várias razões, não propriamente por causa das acessibilidades, mas eu acho que tem muito haver com a forma também como nos recebem. Mas se calhar isto é uma questão independentemente de termos uma deficiência ou não, costumamos dizer que voltamos a um sítio onde somos bem recebidos e neste caso foi um sítio onde tive mais peripécias e portanto seria um sítio onde não voltaria mas em nada relacionado com a deficiência mas mesmo por sentir que as pessoas não são propriamente muito simpáticas, foi mesmo pelo tratamento em si.

Joana – E por fim só gostaria de saber se tem alguma estratégia que utilize para combater as vulnerabilidades que pode sentir enquanto turista.

AA – Eu acho que o facto de pesquisar muito antes sobre os sítios e até muitas vezes saber se são sítios que têm áudio guia disponível e como é que são mais ou menos os lugares, acho que já ajuda a definir pelo menos prioridades, o que gostava mesmo de visitar ou que não tenho assim tanto interesse. Acho que sobretudo fazer uma pesquisa sobre os lugares ajuda muito para sabermos também o que podemos esperar daquela viagem. Claro que às vezes podemos ser surpreendidos pela positiva ou pela negativa, mas o facto de pesquisar muito, pelo menos para mim, ajuda-me muito, ajuda-me imenso.

Joana – Ok.

AA – Só queria acrescentar que eu há pouco falei da Suécia e sobre o facto de as coisas estarem bastante adaptadas, mas por exemplo também em Milão encontrei uma espécie de maquete de uma zona específica da cidade o que para alguém que não consegue ver o espaço em si, às vezes por muito que nos descrevam uma zona o facto de ter encontrado uma maquete daquela zona, em que tinha uma espécie de modelo 3D da catedral, ok que bastante pequenina mas já dava para perceber pelo menos o formato e como é que ela é em termos de arquitetura, não com todo o pormenor do mundo mas com algum pormenor o que já ajuda, e depois conseguir ver que realmente aquelas ruas são mesmo muitas ruas, estar aquilo tudo representado é muito interessante e uma excelente prática. Ok não é possível fazer isto, demonstrar uma cidade inteira, mas às vezes uma zona mais turística é interessante porque dá-nos uma noção de realidade daquele espaço que se calhar começamos a pensar que não estávamos a imaginar que esse espaço era exatamente assim, porque por muito que nos descrevam, lá está, se calhar a imagem que nós construímos pode não corresponder aquilo que é e isso foi uma coisa que eu encontrei, a maquete, e achei tão interessante e era algo que poderia ser replicado noutros sítios.

Joana – E a nossa entrevista chegou ao fim. Mais uma vez agradeço-lhe pela ajuda.

